

المحاضرة الأولى ..

مدخل إلى الاتصالات والمراسلات في منظمات الأعمال

** تعريف الاتصال :

• **الإتصال هو :** إرسال معلومات من طرف لآخر في المنظمة بما يؤدي إلى نتيجة معينة ، هي تغيير للسلوك أو تغيير للممارسات .

i. تبادل الفهم المشترك من خلال إستعمال الرموز

ii. الإتصال هو عملية نحاول من خلالها توصيل أفكارنا ، آرائنا ، رغباتنا ومشاعرنا للآخرين

iii. فن إرسال المعلومة من قبل المرسل بغرض إيصالها إلى عقل الطرف الآخر (المستقبل) وإحداث الإستجابة لديه . وقد تكون الإتصالات مكتوبة أو غير ذلك .

تعريف الإتصال في منظمات الأعمال : الإتصال في منظمات الأعمال هو "عملية إجتماعية تبادلية * تتضمن تقاسم الفهم والإدراك بين طرفي الإتصال والتأثير في

سلوك الأفراد بقصد تحقيق أهداف المنظمة..

**عملية الإتصال: *

عملية الإتصال في الأصل بين طرفين يطلق عليهما المرسل والمستقبل وهما العنصر الأساسية في عملية الإتصال ، والغرض من العملية نقل فكرة أو معلومة ، ويمكن توضيح ماسبق ذكره على النحو التالي :

أ- **المرسل *** : ويتمثل في الجهة التي تستهدف إيصال فكرة أو معلومة أو منتج ما إلى جمهور مستهدف في السوق .

ب- **المستقبل *** : وهو المستلم أو المستهدف من عملية الإتصال

ج- **الرسالة *** : ويتمثل في محتوى عملية الإتصال .

**العناصر الأخرى في عملية الإتصال:

أ- **الترميز *** : تضمن الرموز تحقيق الإتصال الفعال * ، إضافة لعدم الإنحراف في المعنى * ، ولوصول المعلومات للطرف الآخر بشكل صحيح *

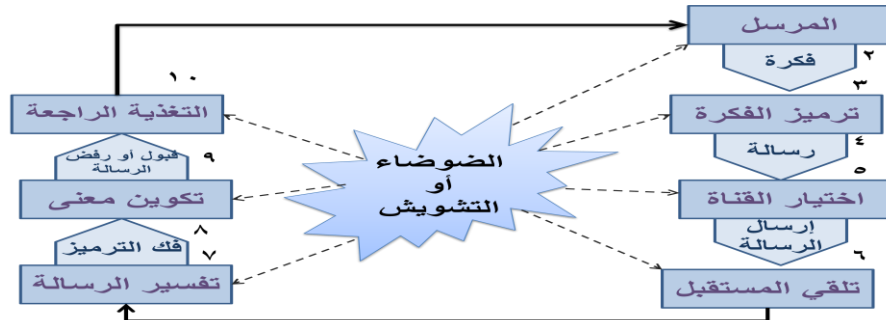
ب- **قناة الإتصال :** وهي الوسيلة التي يتم عبرها بث الرسالة ، مثل التلفاز والتليفون والجريدة

ج- **فك الترميز :** وهو تعبير عن الرموز والعبارات وإشارات القابلة للفهم المشترك بين طرفي العملية المرسل والمستقبل

د- **الضوضاء :** من الطبيعي أن تتعرض الرسالة مهما كان شكلها الى درجة معينة من التشويش ، أو التأثير السلبي على المسار المطلوب من عملية الإتصال

المستهدف

هـ- **التغذية الراجعة *** : وهي تمثل مقياس لمستوى أداء العملية الإتصالية ومدى تحقيق التفاعل والفهم المتبادل .



**أنواع الإتصالات: تقسم أنواع الإتصالات وفقاً للتقسيم التالي :

أ- **حسب الموضوع :** أ- عملياتية ب- شخصية

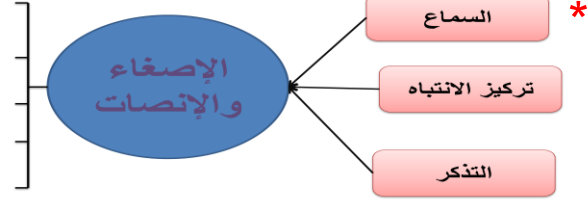
ب- **حسب قناة الإتصال :** أ- رسمية ب- غير رسمية

ت- **حسب اتجاهات المسار :** أ- نازلة ب- صاعدة ج- أفقية

ث- **حسب الوسيلة :** أ- لفظية ب- كتابية ج- شفاهية

الإصغاء

يشجع على تبادلية الإصغاء
الحصول على كامل المعلومات
تحسين العلاقات
حل المشكلات
فهم الآخرين بشكل أفضل



**إختيار وسيلة الإتصال المناسبة:

يتوقف إختيار وسيلة الإتصال على :

١. الغرض من الإتصال .
٢. موضوع الإتصال .
٣. طبيعة مستقبل الرسالة
٤. الوقت المتاح لإستقبال الرسالة
٥. مدى انتشار مستقبلي الرسالة
٦. تكلفة الإتصال

** معوقات الإتصال:

توجد العديد من المعوقات التي يمكن أن تحد من عملية الإتصال وهى :

١. معوقات تعود الى المرسل والمستقبل
٢. معوقات تعود إلى وسيلة الإتصال
٣. معوقات تعود إلى مضمون الرسالة
٤. معوقات تعود إلى الوسيلة المستخدمة

تحسين فاعلية الإتصال :

دور المرسل :

١. وضوح وشمولية الرسالة وتربط معلوماتها
٢. ترميز وترجمة الفكرة الذهنية الى رسالة واضحة سهلة الفهم والإستيعاب
٣. إختيار وسيلة الإتصال المناسبة
٤. إختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة
٥. الصدق والنزاهة

دور المستقبل :

١. الإنصات التام لمحتوى الرسالة
٢. التفهم لمشاعر المرسل
٣. تحليل وتفسير الرسالة بشكل صحيح وسليم
٤. الإنتباه إتجاه الإشارات غير اللفظية التي تبدو من المرسل

نهاية المحاضرة الأولى...

المحاضرة الثانية ..

أسس كتابة الرسائل الناجحة

يناقش هذا الفصل أسس ومبادئ كتابة رسائل الأعمال الناجحة، قصد تحقيق الأهداف المرجوة. وتركز هذه المبادئ والأسس على ثلاثة مجالات رئيسية، هي:

- مقومات/ خصائص الرسالة الناجحة؛
- اختيار الكلمات بحكمة ودقة لجعل الرسالة سهلة الفهم؛
- استخدام الأسلوب سهل القراءة.

مقومات/ خصائص الرسالة الفعالة :

1- الوضوح: ويمكن بلوغ ذلك عبر مراعاة الأمور التالية:

- استخدام كلمات بسيطة ومألوفة ودقيقة.
- استخدام جمل وفقرات قصيرة.

2- تماسك وتربط الرسالة: وذلك من خلال:

- البنية اللغوية المتوازنة.
- استخدام كلمات الوصل للربط بين الأفكار والجمل بصورة سليمة.
- استخدام عناوين للأفكار الرئيسية.
- إعداد خطوط عريضة بالأفكار الهامة.

3- الإيجاز: الذي يشير إلى تحويل الفكرة الذهنية إلى رسالة بأقل عدد من الكلمات دون التناقض مع وجوب الكمال، **وإبلوغ ذلك ينبغي**

مراعاة الأمور التالية:

- ذكر الحقائق الهامة فقط.
- المباشرة في الطرح.
- تجنب التكرار غير الضروري.

4- الواقعية/ مخاطبة الحواس: فالرسالة يجب أن تكون واقعية ومحسوسة على مستويين، هما:

- على مستوى المعلومات التي تتضمنها الرسالة: (عرض المعلومات بشكل مباشر، ومحدد، وصريح، ولبق.
- على مستوى الأسلوب: استخدام أسماء ملموسة، استخدام أفعال دالة على إجراءات، استخدام صيغة المبني للمعلوم، وإضافة النعوت/ الظروف المكملة...

5- بناء السمعة الحسنة: من خلال الوسائل التالية:

١-٥ الكتابة من وجهة نظر المرسل إليه (القارئ):

لتحقيق اللباقة والكماسة يجب مراعاة الإشارات التالية:

- أكتب بأسلوب ودي، واستخدم أسلوب المحادثة.
- استخدم عبارات المودة والمجاملة (من فضلك، لو سمحت، شكراً، ...)
- عبّر عن اهتمامك واحترامك للقارئ.
- أكتب بشكل مباشر للقارئ المعني بحسب كل حالة.
- تجنب إظهار الغضب.

- كن صادقاً. يجب أن تُقنع القارئ بأنك تعني ما تقول، وأن وراء هذه اللباقة والكياسة نوايا حسنة.

ولتحقيق خاصية الاعتبار / التقدير في الرسالة يراعى الاسترشاد بالأمور التالية:

- قم بالرد على أي رسالة فوراً دون تأخير.
 - اقنع القارئ بأنك حقاً مهتم به وبمصالحه.
 - عامل الذكور والإناث سواسية، واستخدم ضمائر الجمع التي تشير إلى الجنسين.
 - استخدم كلمات حيادية تنطبق على الرجال والنساء.
 - اكتب اسم الشخص بصورة صحيحة كما يكتبه.
 - استخدم الألقاب العلمية والوظيفية الصحيحة للمرسل إليهم.
- ٣-٥ التأكيد على الإيجابيات: من خلال إظهار الثقة فيما تتضمنه الرسالة، وتوقع النجاح بدلاً من الإخفاق.

ومن الطرق المستخدمة في التأكيد على معلومة معينة:

- التأكيد بواسطة موقع الكلمات في بداية ونهاية الرسالة.
 - المساحة الأكبر للموضوع المرغوب التأكيد عليه.
 - استخدام بُنية قصيرة وبسيطة للجمل.
 - استخدام الوسائل الفنية للتأكيد على معلومة معينة، مثل وضع خط تحتها، استخدام لون مغاير، ...
- ٦- الدقة / الصحة: من خلال إيصال معلومات صحيحة، وتجنب المبالغة والمغالاة والتعميم، ناهيك عن اللغة السليمة المناسبة للرسالة (الاتقان التام في كتابة الرسالة).

٧- الكمال / الشمول: وذلك في حالة استيفاء المتطلبات التالية:

- ✓ أن تتضمن الرسالة جميع الحقائق والمعلومات التي يحتاجها القارئ.
- ✓ تقديم أي معلومات إضافية يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على القارئ.
- ✓ تضمن الرسالة أجوبة لجميع التساؤلات التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ.
- ✓ أن تتضمن الرسالة أي معلومات تسهم في بناء السمعة الحسنة لدى القارئ.
- ✓ الرسالة الكاملة: (تحقق النتائج المرغوبة دون تحمل تكاليف إضافية لاستكمال النقص في رسائل لاحقة، بناء انطباع حسن لدى القارئ حول مصدر الرسالة، توفير نفقات كثيرة إذا ما قام المستلم بعمل خاطئ نتيجة النقص في المعلومة، ...).

اختيار الكلمات بحكمة ودقة:

إن المعنى الحقيقي لما نكتبه ليس في الكلمات نفسها، وإنما في عقل الكاتب، ولتحقيق الاتصال الناجح، يجب أن تمثل كلمات الرسالة نفس الشيء والمعنى في عقل كل من المرسل والمستقبل، وهي مهمة صعبة لتفاوت الإدراك بين الأفراد.

ولأجل تقليص احتمالات سوء الاتصال، فيما يتعلق بكتابة الرسائل، وجب الأخذ في الاعتبار جملة جوانب، من أهمها:

- **مبدأ التكيف:** أي اختيار الكلمات الملائمة للقارئ وفقاً لشخصيته وخلفيته العلمية ...؛
- مراعاة أهداف الرسالة: الهدف الرئيسي للرسالة (إعلام، شرح، تغيير ...)، والهدف الثانوي المتعلق بالعلاقات العامة (السمعة الجيدة، والنية الحسنة)، بمعنى أن نبرة الرسالة صادقة وواقعية ولبقة لتنال ثقة القارئ؛
- نوعية الكلمات المختارة: واقعية، محددة، بسيطة، مبنية للمعلوم، إيجابية، قصيرة، محادثة، مألوقة، مباشرة ...)
- التوفيق بين صيغة المبني للمعلوم والمجهول.

- الميل نحو الإثبات أكثر من النفي: (إخبار القارئ ما نستطيع فعله، لا ما لا نستطيع فعله).
- الموازنة بين الإسهاب والإيجاز.
- تفضيل الكلمات المألوفة.

تسهيل وصول وقراءة الرسالة :

- 1- موضوع الرسالة: صباغته بشكل واضح وذا معنى ومشوق.
- 2- بداية الرسالة: واضحة وهادفة ومباشرة، تحدد الموضوع والغرض.
- 3- وضع الاستنتاجات في بداية الرسالة أو نهايتها: حسب اهتمامات القارئ، وموقفه من مصداقية المرسل.
- 4- نهاية الرسالة: وهي لا تقل أهمية عن بداية الرسالة. ومع إكمال الرسالة ينبغي أن تكون قد أكملت الموضوع الذي تناولته الرسالة، وأن تترك لدى القارئ انطباعاً إيجابياً قوياً عنك وعن منظمتك ويمكنك إنهاء الرسالة بأي مما يأتي:

- تكرار النقاط الرئيسة في الرسالة.

- ذكر النتائج المرغوبة.

- اقتراح ما يجب فعله.

- اقتراح الخطوات التالية.

الأسلوب سهل القراءة :

- يشمل أسلوب الكتابة عدة عناصر: التنظيم والترتيب، وبنية الجملة وطولها، وبنية الفقرة وطولها، واختيار الكلمات؛
 - يشير الأسلوب إلى الطريقة التي يعرض من خلالها الكاتب أفكاره؛
 - الأسلوب سهل القراءة يساعد القارئ على فهم ما كتب من خلال قراءة الرسالة مرة واحدة بتمعن، ولكن بسرعة؛
 - يجب مراعاة أن رسائل الأعمال تستهدف الحصول على رد فعل واستجابة القارئ وليس على إعجابه بأسلوب القراءة؛
- وحتى تكون الرسالة فعالة وناجحة، يجب أن تتلائم مع:

□ الهدف من الرسالة والعوامل الموقفية؛

□ طبيعة المستقبل.

علامة النجمة * أو اللون الأصفر من أسئلة الاختبارات السابقة

آتمنى لي ولكم التوفيق ..

نهاية المحاضرة الثانية ..

المحاضرة الثالثة ..

عملية كتابة رسائل الأعمال

تعد مراسلات الأعمال من أكثر الطرق شيوعاً للاحتكاك والاتصال بمنظمات الأعمال من قبل فئات مختلفة من الناس (عملاء، موردون، مساهمون، اتحادات نقابية، هيئات حكومية مختلفة...).

وكلما استجابت الرسالة للمعايير المطلوبة كلما أدت مهمتها بنجاح، وإلا كانت لها انعكاساتها السلبية على الجهد والوقت والتكلفة والسمعة الطيبة.

علماً أن كتابة رسائل الأعمال الناجحة ليست بالشأن السهل، وإنما وجب الالتزام فيها بخطوات عملية محددة.

١ - تخطيط الرسالة :

تعتبر هذه المرحلة (أولى خطوات كتابة الرسالة) والتي تسمى أيضاً مرحلة ما قبل الكتابة،

ويتحدد من خلالها جملة جوانب، هي:

ـ **تحديد الهدف من الرسالة:** (لماذا سنرسل الرسالة، ماذا نريد من القارئ، ما الذي نأمل تحقيقه؟)...

مثلاً إقناع القارئ بشراء سلعة ما، أو قبول سياسة ما، كهدف رئيس دون إهمال الهدف الثانوي المتمثل في بناء سمعة المنظمة؛

ـ **تحليل القارئ:** وفقاً لمبدأ التكيف، من خلال الأسئلة التالية:

من هو بالتحديد؟ ما هي خلفيته؟ معرفته بموضوع الرسالة، توقع رد فعله، توقعاته، ...؛

ـ **تحليل الموقف:** الاعتبارات الموقفية التي تؤثر على رد فعل القارئ

(أي العوامل الظرفية كالظروف الاقتصادية في البلاد، توقيت الرسالة، ...؛

ـ **تحديد وتقرير الأفكار:** التي تتضمنها الرسالة استناداً لذلك.

٢ - جمع المعلومات :

جمع ما يلزم من حقائق وأرقام وإثباتات وأدلة بالاستعانة إما:

□ **بالمصادر الثانوية** ممثلة مثلاً في:

ـ المراسلات السابقة، العقود والإتفاقيات، الكتيبات والنشرات، التقارير ...؛

□ **بالمصادر الأولية:** إجراء الاستبيانات (استطلاع ميداني لاتجاهات السوق مثلاً)، أو المقابلات إن لزم الأمر.

٣ - تحليل وتنظيم المعلومات:

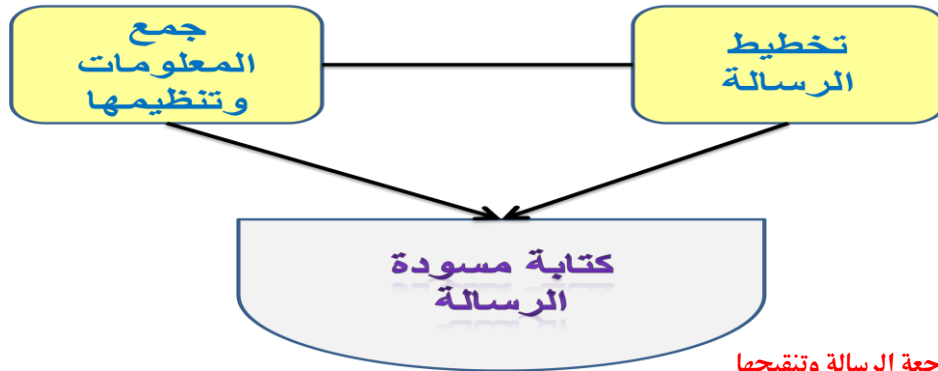
يتطلب تنظيم المعلومات :

١ . دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها (إيجابية ،سلبية ،حيادية)

٢ . معرفة الإثباتات والأدلة التي تتضمنها

٣ . تحديد الأفكار المحورية المساندة

٤- الصياغة الأولية للرسالة/ المسودة



٥- مراجعة الرسالة وتنقيحها

ضماناً لفاعلية الرسالة وبلوغ أهدافها على النحو المرغوب، وجب مراجعتها والتأكد من مضمونها وجوانبها الشكلية المختلفة وفقاً للجوانب التالية: - من حيث المضمون والوضوح؛ - من حيث التنظيم والتنسيق؛ - من حيث الأسلوب ونبرة الكتابة.

(١) من حيث المضمون والوضوح:

- هل الأهداف واضحة؟ - هل الرسالة شاملة لجميع المعلومات؟ - هل الجمل واضحة؟
- هل الكلمات مناسبة؟ - هل تم قول المقصود بالضبط؟ - هل المقدمة مقنعة؟
- أن لا تحمل الرسالة تأويلات أخرى؟

(٢) من حيث التنظيم والتنسيق:

- هل تم اختيار خطة فاعلة؟ - هل صممت الرسالة على نحو يسهل قراءتها؟
- هل التصميم ركز على النقاط الأساسية؟ - هل تم وضع النقاط الإيجابية والسلبية في مكانها؟

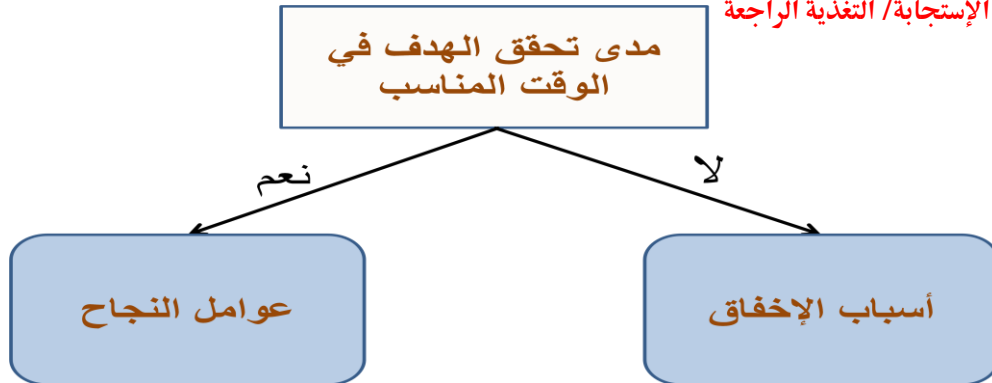
(٣) من حيث الأسلوب ونبرة الكتابة:

- هل الرسالة سهلة القراءة؟ هل تبدو الرسالة ودية لبقة ومؤدبة؟
- هل تم استخدام صيغة المخاطب بشكل فعال؟ اقرأ رسالتك كما لو كنت المستقبل. ما هو شعورك كقارئ للرسالة؟

٦- تدقيق تحرير الرسالة

- بعد المراجعة والتعديل يجب إعادة الصياغة وكتابة الرسالة النهائية، ومن ثم القيام بتدقيق تحرير الرسالة لغوياً وكذا تدقيق الأسماء والعناوين والتواريخ والأرقام والصياغة والتنسيق ...
- وبصورة عامة يجب التأكد من أن الصياغة النهائية للرسالة ناجحة وفاعلة ومتكاملة من جميع الجوانب.

٧- تقييم الإستجابة/ التغذية الراجعة



نهاية المحاضرة الثالثة ..

المحاضرة الرابعة..

عملية كتابة رسائل الاعمال

تخطيط الرسالة :

تتضمن هذه المرحلة:

- تحديد الهدف من الرسالة (لماذا سنرسل الرسالة، ماذا نريد من القارئ، ماذا نأمل تحقيقه؟...
- تحليل القارئ: من هو بالتحديد؟ ما هي خلفيته؟ معرفته بموضوع الرسالة، توقع رد فعله، توقعاته،...
- تحليل الموقف: الاعتبارات الموقفية التي تؤثر على رد فعل القارئ
- تحديد الافكار التي تتضمنها الرسالة

جمع المعلومات :

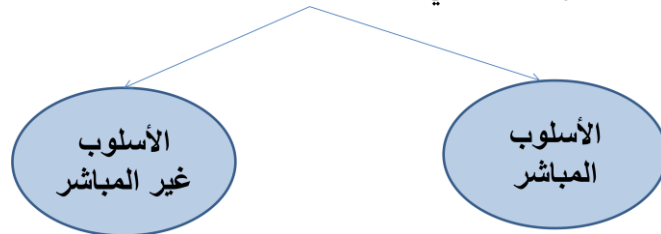
جمع ما يلزم من حقائق وارقام واثباتات وادلة بالاستعانة بالمصادر الاولى والثانوية:

- المراسلات السابقة،
- العقود والاتفاقيات،
- الكتيبات والنشرات
- التقارير
- الاستشارات
- اجراء الاستبيانات او المقابلات ان لزم الامر

تحليل وتنظيم المعلومات :

يتطلب تنظيم المعلومات:

- (١) دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها
- (٢) معرفة الاثباتات والادلة التي تطلبها
- (٣) تحديد الأفكار المحورية والمساندة
- (٤) تحديد ترتيبها المنطقي



الأسلوب المباشر: الهدف والموضوع الأساسي، التفاصيل... يستخدم في حالات:

- الاخبار السارة
- توقع رد فعل ايجابي
- كون الرسالة محايدة

الأسلوب غير المباشر: يبدأ الرسالة بمقدمة ثم التوضيحات... يستخدم في حالات:

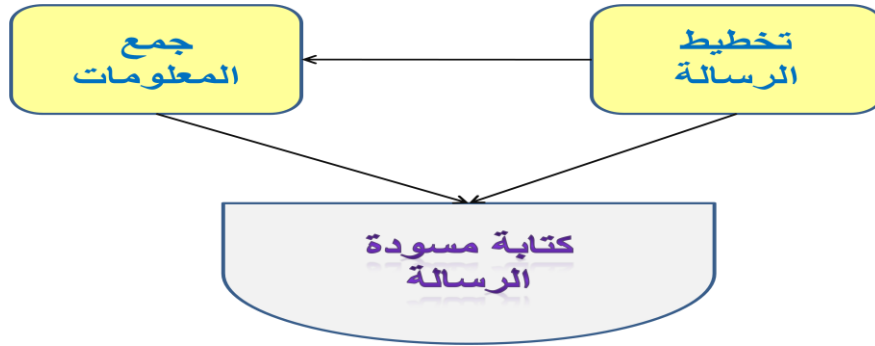
- الأخبار السيئة
- توقع رد فعل سلبي من المستقبل
- الرسائل الاقناعية

(الانطباع الأول دائم، نتذكر بشكل افضل ما نقرأه او نسمعه اخيرا)

الفقرة الختامية: يجب ان تكون قوية، واضحة ومؤدبة، تترك انطباعا جيدا:

- ان يكون الاجراء المطلوب من القارئ واضحا وكاملا
- تضمين الفقرة الختامية فكرة ايجابية
- تكون موجزة وسليمة لغويا
- الاشارة الى ما يمكن تحقيقه من ايجابيات

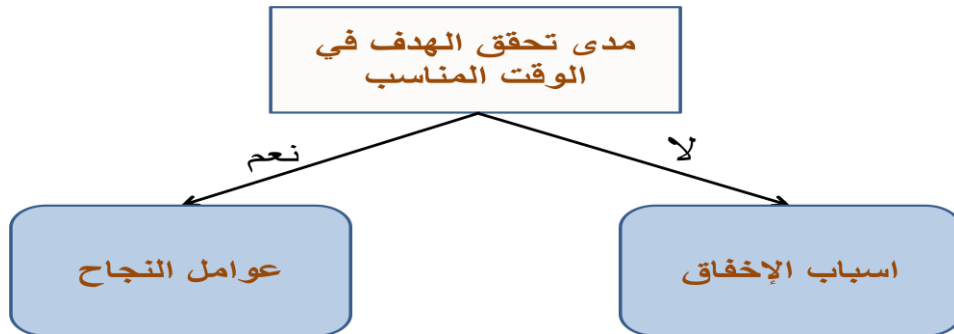
صيغة الرسالة :



مراجعة الرسالة :

المضمون والوضوح:	التنظيم والتنسيق:	الأسلوب ونبرة الكتابة:
- هل الأهداف واضحة؟ - هل الرسالة شاملة لجميع المعلومات؟ - هل الجمل واضحة؟ - هل الكلمات مناسبة؟ - هل تم قول المقصود بالضبط؟ - ألا تحتتمل الرسالة تأويلات أخرى؟ - هل المقدمة مقنعة؟	- هل تم اختيار خطة فاعلة؟ - هل صممت الرسالة على نحو يسهل قراءتها؟ - هل التصميم ركز على النقاط الأساسية؟ - هل تم وضع النقاط الايجابية والسلبية في مكانها؟	- هل الرسالة سهلة القراءة؟ - هل الرسالة ودية لبقة ومؤدبة؟ - هل تم استخدام صيغة المخاطب بشكل فعال؟ - ماهو شعورك كقارئ للرسالة

تقييم الاستجابة :

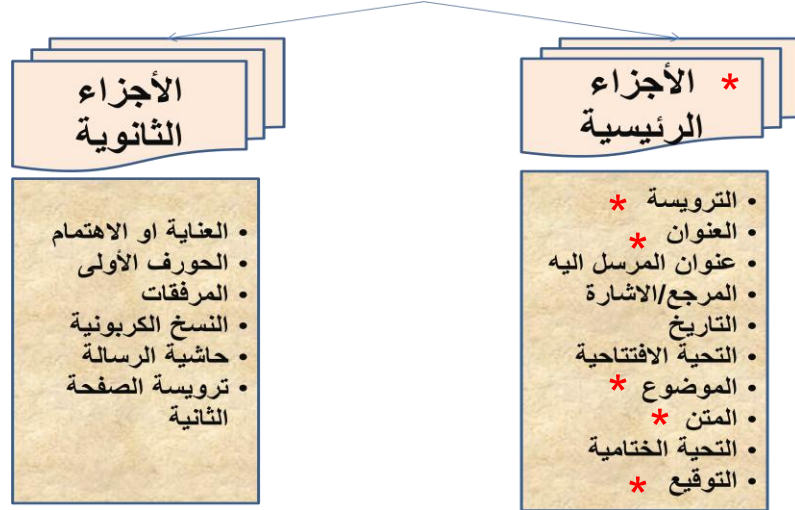


نهاية المحاضرة الرابعة ..

المحاضرة الخامسة..

بنية الرسالة وتصميمها..

بنية الرسالة:



- الترويسة: (أعلى اليسار أو وسط الصفحة)

- اسم المرسل، عنوانه، هاتفه
- شعار المنظمة
- الشكل القانوني للمنظمة
- مبلغ رأس المال
- أرقام الهواتف والفاكس والعناوين الأخرى قد تكون في أسفل الصفحة

- المرسل اليه: (يمين الصفحة)

- اسم الرسل اليه
- الوظيفة (يكتب اللقب الوظيفي بشكل صحيح)
- المنظمة
- العنوان

- المرجع:

- رقم الرسالة.
- كل منظمة لها طريقة معينة للترقيم
- الترقيم يساعد على الارشفة

- التاريخ: يكتب كاملاً

- التحية الافتتاحية: عبارة ترحيبية رقيقة نحبي بها القارئ. نختار العبارة التي تناسب مكانة المرسل

- الموضوع: يطبع في وسط الصفحة

- المتن: يشمل المعلومات، البيانات، التحليل، المناقشة، الأدلة...، يتفاوت الطول حسب الموضوع

- **الفقرة الأولى:** مقدمة
- **الفقرة الثانية:** صلب الموضوع
- **الفقرة الثالثة:** ملخص الرسالة والتوصيات والاقتراحات والخطوات المقبلة
- **التحية الختامية:**

- عبارة رقيقة نختم بها الرسالة.
- العبارة يتم اختيارها حسب مكانة المرسل اليه والعلاقة بينه وبين المرسل
- حسب مستوى الرسمية

- التوقيع: _ هو آخر جزء في الرسالة (الأجزاء الرئيسية)

عنوان الأجزاء الإضافية هذه الأجزاء اختيارية:

- **العناية:** في حالة كون الشخص الذي يقرأ الرسالة غير المرسل اليه المذكور
- **الحروف الأولى:** الحرف الأول من اسم الشخص والجرف الأول من اسم العائلة لكاتب او طابع الرسالة
- **المرفقات:** مثل الكتيبات، الكتالوجات، عرض الأسعار، تقارير...
- **النسخ الكربونية:** في حالة توجيه نسخ من الرسالة الى جهات غير المرسل اليه يذكر في اسفل الصفحة: صورة الى:.....
- **حاشية الرسالة:** يتضمن هذا الجزء في اسفل الصفحة معلومات اضافية
- **ترويسة الصفحة الثانية:** في حالة تعدد الصفحات يطبع في اعلى الصفحات ابتداء من الثانية: المرسل اليه، تاريخ الرسالة...

تصميم الرسالة :

- يقصد بالتصميم المظهر المادي للرسالة
- الرسالة الناحجة تشمل الشكل والمحتوى

- الهوامش
- المسافات الفقرات
- الورق المستخدم
- تأكيد أجزاء الرسالة
- تصميم الترويسة

- **التصميم قد يكون:** - عمودي تماما - شبه عمودي - شبه عمودي ذي فقرات متدرجة

المغلفات :

يراعي في استعمال المغلفات:

- استعمال مغلف جديد
- طباعة اسم المرسل وعنوانه كاملا
- لا نستعمل الصمغ والمواد اللاصقة لإغلاق المغلف

قد تكون المغلفات:

- المغلفات العادية
- المغلفات ذات الشبك الشفاف

نهاية المحاضرة الخامسة ..

المحاضرة السادسة..

الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية

❖ المراسلات الادارية متنوعة

❖ الفعالية الاتصالية تقتضي ان تكتب كل رسالة حسب موضوعها

❖ العرف الاداري اسس لتصنيفات عديدة من انواع الرسائل

❖ **الرسائل الايجابية هي:**

❖ التي تحمل معلومات ايجابية او اخبارا سارة للقارئ

❖ يترتب عنها توقع رد فعل ايجابي من المقارئ

خطة التنظيم:

تكتب الرسائل الايجابية بالاسلوب المباشر

البداية: تتضمن موضوع الرسالة، هدف الرسالة، الفكرة الرئيسية او المعلومات المفضلة لدى القارئ

الوسط: يشتمل على التوضيحات التي تناسب الحالة مثل: تفاصيل ضرورية، معلومات تعليمية ارشادية، معلومات تكرار البيع والترويج للرسالة.

الجزء الوسط في الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية هو الجزء الرئيس

النهاية: تكون ايجابية ودية متضمنة عبارة واضحة عن الاجراء المرغوب من المستقبل وتحفيزه على العمل
أنواع الرسائل الايجابية:

رسائل الاستفسار: هي رسالة تطلب فيها معلومات ك:

- عرض الأسعار_ العينات_ موصفات السلعة _ التامين _ قائمة الاسعار
- الكتالوجات_ توفر السلعة _ الضمان والكفالة _ الخصم_ شروط الدفع

هيكلية رسالة الاستفسار :

الكتابة تتوقف على توقعك لرد فعل المرسل اليه، تكتب الرسالة باتباع:

١ - البداية مباشرة بصيغة السؤال المباشر.

إذا كتبت الرسالة بصيغة الأسئلة يفضل :

- ترقيم الأسئلة
- ان نفرد لكل سؤال سطر
- استخدام صيغة السؤال المباشر
- تجنب الأسئلة التي تكون اجابتها نعم او لا

٢ - ذكر المعلومات التوضيحية:

في حالة الكتابة لأول مرة نقدم نبذة عن المنظمة ونشاطاتها والسلع التي تتاجر بها،

٣ - توضيح مبررات طلب الاسئلة، اسباب اختيار المرسل اليه...

٤ - الاشارة الى مدة توقع الرد

٥ - اختتام الرسالة بعبارة ودية

الرسائل الجوابية Reply Letters :



عناصر رسالة الجواب :

- ١- اشكر مرسل الرسالة الاستفسارية
- ٢- اذكر بوضوح موضوع الرسالة، وأنت تستجيب للطلب
- ٣- أشر الى المراسلة/ رسالة الاستفسار التي تجيب عليها
- ٤- واصل تقديم اجاباتك عن الاسئلة الواردة في رسالة الاستفسار وحسب ترتيبها
- ٥- قلل من تركيزك على الانباء غير السارة، ركز على الاجابات الايجابية السارة
- ٦- قدم معلومات توضيحية وازفافية للمستفسر لتثير رغبته في السلعة/الخدمة
- ٧- يمكنك ان تحيل المستفسر الى جهة أخرى اذا لم يكن باستطاعتك تلبية طلبه
- ٨- اختم رسالتك بصورة لطيفة تناسب الموقف كالتعبير عن الاستعداد لتقديم مساعدة اخرى او التعبير عن الامل في علاقات عمل ودية ومثمرة ودائمة.

رسائل طلب البضائع :

- هي اكثر الرسائل انتشارا
 - يطلب فيها المرسل / الزبون من البائع تزويده بسلع / خدمات أو كليهما.
 - كثيرا ما تطلب البضاعة من قبل مندوبي المبيعات أو باستخدام نماذج معينة.
- تنظيم رسالة الطلب:
- ابدأ فوراً بتفويض القارئ/ البائع، مثلاً: "أرجو أن ترسلوا لنا..."
 - اذكر بوضوح ودقة جميع التفاصيل الضرورية عن السلع المطلوبة
 - اذكر أية معلومات ضرورية فيما يتعلق بالدفع، التسليم والكفالة والتأمين والشحن والتغليف وأية متطلبات أو شروط أخرى خاصة.
 - اختم الرسالة بصورة ودية لبقة تناسب الموقف

الرسائل الحيادية :

- هي تلك الرسالة التي تتضمن أنباء او معلومات لا تعتبر سارة ولا غير سارة بالنسبة للقارئ.
 - تكتب بمنهجية الرسائل الايجابية (الأسلوب المباشر).
 - تبدأ الرسالة بالفكرة الرئيسية أو الغرض أو الموضوع الأساسي، يلي ذلك توضيحات محددة ودقيقة حول الفكرة الرئيسية/ الغرض، واخيرا تختم الرسالة بصورة ايجابية ودية تناسب الموقف/ الحالة
 - تستخدم الرسائل الحيادية لكتابة التعليمات للعاملين مثلاً:
 - أن تكون الجمل والعبارات واضحة جداً لجميع مستويات العاملين.
 - تجنب نبرات/ لهجات التهديد والوعيد والكبرياء
- نهاية المحاضرة السادسة ..

المحاضرة السابعة .. الرسائل السلبية

تعريف الرسالة السلبية:

الرسالة السلبية هي رسالة أو مذكرة داخلية تحمل أنباء سيئة وغير سارة للقارئ ويتوقع أن يكون رد فعله عنها سلبيا وأن يشعر بالحزن والأسى وعدم السرور
صياغة وكتابة رسالة تحفظ العلاقة الجيدة/ وتحمل أنباء غير سارة، تتطلب قدرا كبيرا من الخيال والمواهب والمهارات.

وعليه يجب مراعاة:

- جعل القارئ محور الرسالة.
- تجنب الإشارة الى أنظمة وقوانين وسياسات الشركة بدون توضيح ذلك.
- افترض أن القارئ يرغب أن يقوم بعمل الشيء الصحيح.
- في حالة الثناء استخدم المفرد، وفي حالة النقد استعمل صيغة الجمع.

تنظيم الرسالة السلبية:

الأسلوب غير المباشر:

- الحاجز
- توضيح الظروف وتحليلها
- القرار، صريح مباشر او ضمني، متضمنا اقتراحات مفيدة
- خاتمة / نهاية اجابية لطيفة

الحاجز:

- الموافقة: وافق على شيء ما طلبه القارئ
- التقدير: وجه الشكر للقارئ موضحا سبب ذلك
- التوكيد: اكد للقارئ اهتمامك الكبير في النظر بعناية في جميع الحقائق والمعلومات المتوافرة عن المشكلة.
- الثناء: امدح القارئ بسبب اشياء جيدة تتعلق بطلبه او سجله الماضي
- التعاون: اظهر للقارئ رغبة صادقة في مساعدته
- انباء سارة: تبدي موافقتك على منح القارئ جانبا من طلبه، اذا امكن ذلك
- التفهم: بين للقارئ انك تفهم القارئ وتتحسس مشكلته
- لباقة حيادية: ابدأ الرسالة بعبارة لا تعطي معنى محددا ولا تتضمن التزاما منك

التوضيح والتحليل:

ذكر اسباب ومبررات صادقة ومقنعة عن كون النتيجة مختلفة بكل وضوح
يمكن تجنب التوضيح إذا كانت المسألة روتينية

هذا التوضيح يكون ما قبل القرار ويجب مراعاة:

- إقناع القارئ بالعمل على مصلحته
- الشرح بلطف ولباقة الحقائق المتعلقة بالموضوع
- التوضيح بأن الأمر عولج بالاهتمام البالغ

القرار الصريح او الضمني :

نبنى القرار الصريح او الضمني حسب الحالات:

- في حالة وضوح المبررات وامكانية استنتاجها من قبل القارئ يذكر القرار ضمنا
- إذا كان القارئ قد يسيء فهم القرار الضمني يذكر القرار بوضوح في نهاية التوضيح
- تقديم اقتراح بديل او مخالف

خاتمة ودية ايجابية للرسالة:

- اكد للقارئ بأنك تقدره مثل اي زبون اخر او مستفسر يتوقع ان يكون زبونا في المستقبل.
- شجع القارئ ان يكون احد زبائن المنظمة في المستقبل.
- وضح للقارئ ما العمل الذي يطلب منه القيام به
- عبر بوضوح عن استمرار اهتمامك بمصلحة القارئ وخدمته

الأسلوب المباشر:

يمكنك استعمال الاسلوب المباشر في الحالات الآتية:

- اذا كانت الرسالة روتينية
- اذا كنت تعرف جيدا ان القارئ يحب الاسلوب المباشر
- اذا كانت الرسالة ملحة عاجلة

نماذج الرسائل السلبية:

رسائل الاعتراف بتسليم رسائل طلب بضاعة لا يمكن تنفيذها:

- عبر عن تقديرك، واشكر الزبون على اهتمامه بالسلعة وطلبها.
- اذكر بوضوح وبطريقة يفهمها تجعل الزبون يقتنع بمبررات عدم تمكنك من تلبية طلب الزبون
- عبر عن اسفك واعتذارك عن عدم استطاعتك تلبية طلب الزبون
- اشرح للزبون بوضوح كيف يمكنه/يمكنها الحصول على البضاعة المطلوبة
- اختتم رسالتك بان تتاح لك فرصة اخرى تستطيع فيها تقديم افضل خدمة

الرسائل الجوابية السلبية:

مثل هذه الرسائل هي رد على استفسار عن شخص او جهة معينة، كان يطلب مرسل الاستفسار تزويده بمعلومات/توضيحية عن شخص

رسائل المطالبات/ الشكاوى:

من أجل كتابة رسائل مطالبات ناجحة، تراعى التوجيهات الآتية:

- تحقق جيدا أن هناك حاجة حقيقة للرسالة قبل الابلاغ عن المطالبة.
- اكتب الرسالة او ارسلها حالا فور تأكيدك من الخطأ.
- افترض أن البائع يرغب في تصحيح الموقف- ومن مصلحته فعل ذلك.
- لا تفترض أنه يجب لوم البائع دائما.
- احصر المطالبة في سرد الحقائق، ولا تتطرق الى شرح كيف يمكن أن يكون قد حصل هذا الخطأ
- استعمل صيغة المبني المجهول حتى لا يعتقد القارئ أنه سبب الخطأ وهو من يجب أن يلام.
- أكتب بلباقة وأدب، ولا تكن فظا.

خطة كتابة رسالة المطالبة:

- عرف الحالة، ضمن الجزء "الموضوع" في الرسالة.

- ابدأ المطالبة بعبارة مباشرة توضح المشكلة، اشرح بوضوح ما هو الخطأ الذي حصل للبضاعة.
- يمكنك توضيح الضرر والخسارة التي سببها الخطأ لمنظمتك (الازعاج، فقدان زبائن وماشابه).
- قدم ما أمكنك من الحقائق التي تعزز وتدعم المطالبة، وتجنب استعمال كلمات غاضبة أو كلمات /عبارات تتضمن الاتهام أو عدم الثقة.
- يمكنك أن تهيب بنزاهة وسمعة البائع لتشجعه على ان يعالج الأمر فوراً.
- أذكر بوضوح ما الذي يجب عمله.
- أختتم رسالتك باتجاه لبق وودي، يمكنك أن تعبر عن تقديرك لما يجب أن يتم عمله.

.....
.....
السادة.....
تحية طيبة

الموضوع: رسالة طلب غسالات رقم.....

نشكركم جزيل الشكر على شحن (٢٥) غسالة نوع "سوبر" موديل ٨١٧، التي طلبناها بموجب رسالتنا طلب بضاعة بتاريخ ١٥ مارس ٢٠٠٨. نأسف لابلأغكم بان خمس غسالات من بين ال(٢٥) غسالة، قد لحق بها أضرار بالغة وحين تسلمنا البضاعة كان واضحاً أن الصناديق التي احتوت الغسالات بدت بحالة جيدة لذلك قمت بتسليم الغسالات شخصياً وبناية فائقة، وأستطيع أن افترض أن الضرر قد حصل في مرحلة من التغليف. أرفق لكم قائمة بالغسالات المعطوبة، وسأكون سعيداً اذا ما استبدلتم الخمسة كاملة في أقرب وقت ممكن. وفي هذه الاثناء احتفظت بالغسالات جانباً وسأخذ ترتيبات اعادة شحنها اليكم.

وتفضلوا.....

.....

رسائل رفض منح تسوية لرسائل المطالبات:

نتبع الخطوات الآتية في كتابة رسالة الرفض:

- عرف الحالة / الموضوع باستخدام عبارة حيادية للموضوع.
- مثال: الموضوع: رسالتكم حول أجهزة الحواسيب بتاريخ ١٥ حزيران
- يمكنك، أن تعبر عن شكرك / تقديرك للزبون لأنه لفت انتباهك للموضوع
- ابدأ بملاحظة أو تعليق حيادي (لا يتضمن الموافقة أو الرفض) حول المسألة
- اعرض التوضيحات التي تدعم وتعزز رفض منح التسوية.
- أذكر الرفض بشكل منطقي، ومنظم وواضح، مستخدماً كلمات / عبارات ايجابية وصيغة المبني للمجهول، لا تؤكد كثيراً على الرفض
- قدم بديلاً، اذا كان ذلك ممكناً.
- اختتم رسالتك بتعليق / ملاحظة لبقة بعيداً عن موضوع الرفض

رسالة تسوية رفض

تحية طيبة وبعد

بصفتك متسوق ذكي، ياسيد، تعرف جيداً أن استغلال مواسم التنازلات يعني الشيء الكثير، لقد وفرت ٥٠% من ثمن المعطف الذي اشتريته من معرضنا في دبي في تنازلات نهاية الموسم الأخير. وتصميمك على السفر من أبو ظبي الى دبي للشراء من معرض "الزين وشركاه" يدل بوضوح على اهتمامك بالجودة والنوعية أيضاً. ان الزبائن أمثالك، يستفيدون من تنازلاتنا في آخر الموسم من عدة جوانب: ليس فقط تحقق توفيراً كبيراً، وكذلك تتمتع بفرصة الاختيار من بين أحدث الموديلات. ان مبيعاتنا في تنازلات نهاية الموسم تتيح لنا تغيير المخزون من البضاعة بصورة متكررة ومتابعة أحدث الموديلات. كن متأكداً بأن أي ملابس تشتريها من "الزين وشركاه" هي جديدة وأنتك أول من يستعملها. ونحن نشعر أننا مدينون بذلك لزيائنا. وبالرغم أن البضاعة المباعة لا ترد، فاننا نقوم بتعويض الزبون السعر الذي دفعه، اذا ما كان في السلعة عيب ما. نقدر لكم ولائكم، ونأمل ان نستمر في كسب هذا الولاء. وتفضلوا.....

رسالة رفض منح ائتمان

السيد:.....

تحية طيبة:

نقدر عاليا طلب الشراء وطلب منح ائتمان الموجه الينا، ويسعدنا دائماً أن ننتهز كل فرصة لتقديم الخدمة الأفضل لكم ان تقدم خدماتنا اليكم يعني الشيء الكثير لنا، ومن بين ذلك، أن ننظر الى مصلحتكم ومصلحة جميع زبائننا بكل اهتمام وحرص، وان الاهتمام بمصالح عملائنا يدفعنا ويشجعنا الى منح الائتمان لأولئك الأشخاص الذين بوسعهم الاستفادة من ذلك (الائتمان). وبالنسبة لحالتك، وفي ضوء المعلومات التي تسلمناها من المعرفين الذين اقترحتم علينا، فاننا نشعر وبكل صدق بأن قيامك بالشراء نقداً هو الأفضل لمصلحتك، في هذا الوقت. ولأننا نعلم بأنك ترغب في الحصول على البضاعة وهي جاهزة للشحن لكم بمجرد اعلامنا بذلك. تجدون مغلفاً بريدياً معنوناً الينا لارسال الشيك/ الحوالة لنا. وسنعمل على شحن البضاعة اليكم فور تسلمنا طلب الشراء.

نهاية المحاضرة السابعة ..

المحاضرة الثامنة ..

الرسائل الاقناعية ورسائل البيع

الرسائل الاقناعية :

من المتوقع جدا أن تقوم أثناء عملك بكتابة رسائل ومذكرات داخلية عديدة تطلب فيها من القارئ القيام بعمل ما:

- اتخاذ اجراء ما،
- قبول وجهة نظر،
- أداء خدمة معينة،
- تحقيق رغبتك،
- التغيير وما شابه ذلك، (طلب تسوية، طلب بضاعة، طلب ائتمان، طلب قرض، طلب تحصيل / دفع دين مستحق، طلب ترقية، طلب عمل...الخ).

اسلوب كتابة الرسائل الاقناعية:

الاسلوب المباشر:

يستخدم في حالات:

- اذا كان الطلب بسيطاً روتينياً وشخصياً
- تعتقد أن القارئ سوف يستجيب لطلبك دونما تردد،

يتكون الأسلوب المباشر من:

- الفكرة الرئيسية، الغرض من الرسالة، الموضوع - اذكر الطلب والسبب.
- التوضيح: الحجج والتفاصيل اللازمة حتى يستطيع القارئ أن يستجيب بدقة.
- نهاية لبقة مهذبة - أطلب بلباقة الاجراء الذي ترغبه.

الأسلوب غير المباشر :

في المواقف والحالات:

- الصعبة المعقدة والحساسة
- واذا كان الطلب غير روتيني
- ومن المتوقع ان يرفضه القارئ أو يتردد في الاستجابة كما ترغب
- أو أن الاستجابة تتطلب منه تضحية شخصية

تتكون خطة رسالة الاقناع من أربعة اجزاء:

- اجذب انتباه القارئ.
- اعرض الحقائق والحجج بشكل مقنع والكتابة من وجهة نظر القارئ
- اذكر طلبك بوضوح وبدون ذكر أي سلبيات.
- اختتم الرسالة بصورة ايجابية

رسالة طلب ائتمان:

تخطط رسالة طلب ائتمان على النحو الآتي:

- ابدا مباشرة بالموضوع، حدد نوع الائتمان الذي تحتاجه، وكيف ومتى سوف تقوم بتسديده
- قدم توضيحا مبينا الهدف والاسباب وراء طلب هذا الائتمان

- اذكر علاقتك ومعاملاتك السابقة مع المورد/البائع وسمعتك
- اظهر استعداداتك لتقديم اي معلومات اضافية /أو تقديم اسماء معرفين

رسائل التحصيل:

يجب ان تسعى رسالة التحصيل لتحقيق هدفين هما:

- اقناع المشتري/ الزبون بتسديد مبلغ استحق تسديده منذ حين
- الابقاء على العلاقة الحسنة والتعاون المثمر المتبادل مع الزبون

تتضمن عادة حملات التحصيل ثلاث مراحل:

- التذكير في المرحلة الاولى/المبكرة
- الاقناع في المرحلة المتوسطة (طلب قوي).
- الالاحاح في المرحلة الاخيرة

رسالة تحصيل تذكيرية

السيد

تحية طيبة وبعد،

الموضوع:

لقد مضى أكثر من شهر على موعد استحقاق قسط شهر نيسان ولم يصلنا هذا المبلغ حتى الان. وفي ضوء سجلك الجيد معنا خلال السنوات الخمس الماضية، فإننا نشكركم جيداً بانك ترغب فعلاً بتسوية حسابك بارسال شيك بالمبلغ حالا. ولاجل راحتكم نرفق لكم مغلفاً يشتمل عنوان الرد او الطابع البريدي. نقدر لكم عالياً معاملاتكم الجيدة السابقة معنا، ونتطلع دوماً لخدمتكم. وتفضلوا.....

رسائل البيع :

- رسالة البيع هي رسالة من البائع/المورد الى القارئ/الزبون يبدي (البائع) فيها استعدادده ورغبته في تزويد القارئ/ الزبون بسلعة او خدمة او كليهما
- قد تكون رسالة البيع بناءاً على طلب مسبق

أهمية رسالة البيع :

- تعتبر رسائل البيع أقل تكلفة من الوسائل الأخرى.
- تعتبر رسائل البيع أكثر دقة لأنه يمكن اعدادها وتكييفها لتناسب فئة معينة بدلاً من الجمهور عامة.
- الضوابط والتشريعات الحكومية التي تنظم وتضبط وتراقب رسائل البيع اقل بكثير عما هي عليه بالنسبة لوسائل الدعاية الأخرى.

عملية الاعداد لرسالة البيع:

دراسة وتحليل السلعة :

• ما هي استعمالات السلعة واستخداماتها؟ كيف يمكن ان تفيد القارئ؟

- كيف تم تصنيعها ونتاجها؟ ما هي المواد التي تدخل في انتاجها؟
- ما هي المزايا والمنافع التي توفرها السلعة مقارنة بالمنتجات المماثلة؟
- ما هو سعر السلعة للزبون / العميل؟
- كيف تعمل؟ وكيف تستعمل؟
- ما مدى سهولة / صعوبة صيانتها وتصليحها؟
- ما هو الضمان / الكفالة ومدتها المقدمة مع السلعة؟
- ما مقدار المال والجهد والوقت الذي يمكن أن توفره السلعة للزبون / العميل؟

تقرير إستراتيجية وجاذبية البيع:

- إستثارة وتفعيل دوافع الشراء (الكامنة) داخل القارئ / المستفيد
- الاغراءات البيعية العاطفية
- الاغراءات البيعية العقلانية
- اعداد قائمة المستفيدين المستهدفين
- تحديد السعر

تنظيم رسالة البيع:

- جذب انتباه القارئ (الانتباه)
- استثارة الرغبة لدى القارئ بالسلعة
- ايجاد الرغبة لدى القارئ بشراء السلعة
- تشجيع القارئ على اتخاذ اجراء معين

جذب انتباه القارئ / المستفيد:

- جملة أو سؤال تستفز به القارئ: "ان أفضل ما تميز به ثلاثتنا "سوناتا" هو شيء لا يمكنك مشاهدته".
- قدم عرضا: "اشتر زوجا من الأحذية واحصل على الثاني مجانا".
- اعرض حقائق: "لا تزال مكيفات جنرال التي تمتلكها شركة الوفاء للتأمين تعطي أفضل تبريد صيفا وتدفئة شتاء وبهدوء تام كما كانت دائما بالرغم من مرور (١٥) سنة على استعمالها.
- وجه سؤالاً يقود القارئ الى الاجابة بصورة معينة "ألا ترغب في كسب المزيد من مقابل دينار واحد أسبوعيا؟ ألا ترغب في شراء سيارة في المستقبل؟ ألا تخطط لقضاء الصيف الحار في ربوع؟
- استخدام الصور والرسومات والوسائل الفنية
- طباعة عبارة معينة أو توضيح معين على مغلف الرسالة

• توجيه الرسالة باسم القارئ / المستفيد

إثارة اهتمام القارئ: استخدام الحجج والبراهين والأدلة الشائعة

- نتائج فحوصات مختبرية تتعلق بالسلعة.
- آراء مستفيدين (زبائن) مشهورين ممن استعملوا السلعة لفترة طويلة
- حقائق وأرقام من تقارير المستفيدين من السلعة
- معروفون (قائمة بالزبائن الذين عبروا عن رضاهم التام عن السلعة)
- مقارنة السلعة بسلع منافسين آخرين.
- وصف مكونات (المواد التي تصنع منها) السلعة.
- تقديم عينات مجانية - أن يقوم القارئ بتجريب السلعة مجاناً.
- ضمان / كفالة السلعة.
- دعوة القارئ لزيارة المصنع للاطلاع مباشرة على عمليات التصنيع.
- دعوة القارئ للمعرض لحضور عرض لاستعمال السلعة.

شجع / ادفع القارئ للقيام بعمل إيجابي:

- أخبر القارئ بشكل واضح ما الذي يجب أن يفعله بالتحديد.
- أخبره كيف يستطيع القيام بذلك.
- احرص أن يكون بوسعه القيام بالعمل بسهولة.
- اجعل سعر السلعة يبدو مناسباً من وجهة نظر القارئ.

تحية طيبة وبعد

الموضوع:

السيد/ السيدة/ الأنسة.....الفاضلة

بينما كنت وأحد الزبائن نناقش التطورات والاكتشافات والاختراعات العلمية التي أسهمت في تقدم البشرية، قال لي: "إن الاكتشافات والاختراعات العلمية الحديثة هي لعنة ونقمة للبشرية، وسوف تدمرها يوماً ما..." طبعاً لا تتفق مع هذا الرأي، إنها حملة حمقاء... وغير صحيحة أبداً، لأن هنالك كثير من الاختراعات والاكتشافات العلمية لا تضر البشرية أبداً، وذات فوائد ومنافع عديدة للإنسانية.

إن جهاز التكييف "الكترا" الذي نتججه هو أحد الاختراعات العلمية المفيدة جداً والتي ليس لها أي ضرر. إنه يوفر لك الهواء المنعش اللطيف طيلة أيام الصيف الحارة جداً، ويمنحك الدفء اللازم في أيام البرد الشديد طيلة أيام الشتاء ولياليه الطويلة. إنه يضيف على حياتك السعادة والسرور والانتعاش والحيوية مما يجدد طاقتك ونشاطك باستمرار وفي غاية الهدوء ولا تكاد تسمع صوت الجهاز وهو يعمل. علاوة على ذلك سوف تسر كثيراً حينما تتسلم فاتورة الكهرباء وتجد قيمتها منخفضة جداً رغم تشغيل المكيف ساعات طويلة.

نرجو أن تفضل بزيارة معرضنا لمشاهدة عرض وتجربة الجهاز، ولا يستغرق الأمر سوى دقائق من وقتك، ولكن سوف يساعدك ذلك على التخلص من صعوبات ومعاناة الحر صيفاً والبرد شتاءً، ويجعل حياتك أكثر بهجة وحيوية ومرحة جداً.

سوف ينقلك باص المؤسسة من الساعة وكذلك العودة إلى نفس المكان.

نأمل أن تقبل دعوتنا لإتاحة الفرصة لنا لنريك ماذا توفر لك أحدث أجهزة توفير الراحة والبهجة والحيوية.

نهاية المحاضرة الثامنة ..

المحاضرة التاسعة ..

عملية طلب التوظيف

الجزء الأول

الحرص على توفير جميع فرص النجاح في الحصول على الوظيفة:

- كتابة الطلب بعناية
- إعداد بيان سيرة ذاتية مقنع
- الإعداد الجيد للمقابلة

- البحث عن الوظيفة عملية شاقة جدا
- تكون اكثر صعوبة في الظروف الاقتصادية السيئة
- الخريجون يتدفقون الى سوق العمل سنويا افواجا
- نسبة البطالة عالية عالميا

أولا: البحث عن وظيفة

البحث الناجح عن الوظيفة يقتضي من الشخص:

- بناء شبكة واسعة من العلاقات _ المعرفة الجيدة للنفس _ اختيار المسار الوظيفي

بناء شبكة واسعة من العلاقات:

- زملاء الدراسة سواء في الجامعة او ما قبلها
- الأصدقاء من غير الطلبة
- الزيارات واللقاءات العائلية
- الحرص باستمرار على المشاركة مع الأهل في زيارتهم ولقاءاتهم العائلية والاجتماعية
- أعضاء الهيئة التدريسية
- المسؤولون الذين يشغلون وظائف / مناصب عالية في الجهات المختلفة في القطاعين العام والخاص
- حاول جادا ان تشارك في الاندية والجمعيات والمنظمات والهيئات المدنية

البحث عن فرص العمل/ الوظائف الشاغرة:

- الاتصال بالاصدقاء والاقارب وغيرهم ممن تعرفهم ويعرفونك
- مكاتب التوظيف والعمل، بما في ذلك مكتب التوظيف والعمل في جامعتك
- الاعلانات في الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع وغيرها
- الانترنت من خلال الاطلاع على مواقع بعض المنظمات على الشبكة
- ان تقوم بارسال رسائل طلب توظيف بالبريد للمؤسسات / المنظمات التي قد ترى انها بحاجة الى خريجين من تخصصك
- الاتصال بالمنظمات شخصيا والاستفسار عن وجود وظائف شاغرة
- استطلاعات الرأي والدراسات المسحية التي يتم اجراؤها حول المنظمات المختلفة

تحليل الوظائف الشاغرة:

- نوع وطبيعة مهام ومسؤوليات وواجبات الوظيفية
- المؤهلات العلمية والتدريب والخبرات التي تتطلبها الوظيفة
- ظروف عمل الوظيفة وساعات العمل
- طرق الالتحاق بالعمل
- القدرات والمهارات والخصائص من ميول واتجاهات وقيم....الخ
- مكان/موقع العمل
- فرص التقدم والنمو والتطور

ثانياً: طلب التوظيف:

- رسالة يكتب من قبل طالب الوظيفة
- يبدي فيه الرغبة في التوظيف
- كثيراً ما تطلبه المنظمات بخط اليد
- يعطي انطباع قويا عن المترشح خصوصا حينما يكتب فورا
- يشتمل طلب التوظيف في الغالب على:
- رسالة طلب وظيفة/عمل
- بيان السيرة الذاتية للمتقدم
- تفادي تكرار المعلومات بين رسالة الطلب وبيان السيرة الذاتية

تنظيم رسالة طلب وظيفة:

- تعد رسالة طلب وظيفة بنفس مقومات رسالة البيع او الرسالة الاقناعية
- التقيد بالشروط الشكلية والشروط الموضوعية
- رسالة طلب وظيفة هي في جوهرها رسالة إقناعية تتطلب:
- جذب انتباه صاحب العمل - إثارة الاهتمام صاحب العمل - تشجيع صاحب العمل على اتخاذ قرار ايجابي

جذب إنتباه صاحب العمل:

ومما يساعد على إثارة الاهتمام وتوليد الرغبة لدى صاحب العمل :

- الاظهار في الرسالة المعرفة الجيدة بمتطلبات الوظيفة.
- الذكر بوضوح للاهداف، و الطموحات و التطلعات
- إعطاء الفرصة لصاحب العمل للتعرف عليك بشكل جيد
- توضيح توافق المؤهلات العلمية والخبرات والقدرات والمهارات مع متطلبات وشروط شغل الوظيفة
- ارفاق الطلب بشهادات الخبرة ورسائل التوصية

اعتبارات هامة لكتابة رسالة طلب وظيفة:

- الأفضل ان يكتب المعني رسالته.
- الغرض الفوري من الرسالة هو الحصول على فرصة للمقابلة.
- إرسال طلب الوظيفة تمثل المعيار الوحيد الذي يعتمد عليه صاحب العمل في تقييم المؤهلات والقدرات والمهارات، والتقييم بصورة عامة.
- توضيح مبررات واسباب اختبار المؤسسة الرغبة في العمل بها.
- الصدق والنزاهة ولتكن المعلومات والحقائق التي تتضمنها الرسالة مختصرة، واضحة، محددة وملموسة.
- تسليط الضوء بشكل بارز على مواطن القوة من قدرات ومهارات.
- التدعيم والتعزيز بالوثائق والمستندات وشهادات المعرفين.
- الاستعداد بتزويد صاحب العمل بمعلومات اضافية.

أنواع رسائل طلب التوظيف:

- رسالة توظيف بناء على إعلان سابق
- رسالة توظيف بدون إعلان
- رسالة توظيف مع مقدمة
- هناك وظيفة شاغرة

- تعرف جيدا ماهي متطلبات وشروط شغلها
- لا يحتمل ان يكون عدد المتقدمين لشغلها كبير

تعبئة نموذج طلب وظيفة:

- أحضر ولديك جميع المعلومات التي تحتاجها
- اقرأ وتابع تعليمات تعبئة الطلب
- أكمل تعبئة الطلب بشكل انيق ومرتب.
- اجعل إجاباتك تتوافق مع الوظيفة التي تسعى للحصول عليها
- لا تترك أي بند في الطلب بدون تعبئة
- لا تعط معلومات سلبية
- أجب على جميع الاسئلة/ البنود بصدق
- لا تقترح راتبا محددا
- أذكر أسماء معرفين
- احرص أن يتوافق الطلب مع بيان السيرة الذاتية
- دقق الطلب قبل تقديمه

ثالثا: بيان السيرة الذاتية (C.V): Curriculum Vitae

- بيان السيرة الذاتية هو عرض موجز ومنظم لحقائق تتعلق بالشخص طالب الوظيفة، ويتميز بيان السيرة الذاتية بثلاث خصائص وهي:

- ان المعلومات التي تظهرها حقيقية يمكن التحقق من صحتها.
- إن الحقائق معروضة تحت عناوين مثل المؤهلات العلمية، الخبرات، المهارات
- الحقائق تعرض تحت كل عنوان في شكل جدول او نقاط وليس في صيغة جمل
- بيان السيرة وسيلة أداة ترويج وتسويق
- بيان السيرة الذاتية اول ما يرسل الى صاحب العمل

متى وأين يعد ويكتب بيان السيرة الذاتية؟

ما هو الوقت الأفضل لكتابة بيان السيرة الذاتية؟

- ✓ يجب أن يكون بيان السيرة الذاتية معدا وجاهزا منذ التخرج
- ✓ يحدث بيان السيرة الذاتية دوريا حسب الجديد
- ✓ إعادة النظر في بيان السيرة الذاتية كلما تم التقدم لوظيفة

هل يكتب بيان سيرة ذاتية واحدة ويعدل بالجديد فقط؟

- ✓ بيان السيرة الذاتية هو أداة ترويجية
- ✓ لا يحدث فحسب بل يحدث حسب طبيعة الوظيفة

بيان السيرة الذاتية الناجح:

بيان السيرة الذاتية الناجح يوفر الاجابة على التساؤلات التالية:

- هل يمتلك مقدم طلب التوظيف المتطلبات الأساسية اللازمة للوظيفة؟؟
- هل يمتلك مقدم طلب التوظيف مؤهلات أعلى من المتطلبات الأساسية؟؟
- هل يقوم مقدم طلب التوظيف بعمله الحالي بصورة ناجحة وجيدة؟؟

نهاية المحاضرة التاسعة ..

المحاضرة العاشرة ..

عملية طلب التوظيف

الجزء الثاني

عناصر بيان السيرة الذاتية:

١ . المعلومات الشخصية *	٧ . شهادات التقدير والجوائز
٢ . تحديد هدف المسار المهني	٨ . عضوية الجمعيات المهنية
٣ . التعليم	٩ . النشاطات
٤ . الخبرة العلمية	١٠ . الاهتمامات
٥ . الانجازات	١١ . الرخص والتسجيل
٦ . مؤهلات/ مهارات خاصة	٢١ . المعروفون

توجيهات للكتابة الجيدة للسيرة الذاتية:

- ان تكون جذابة للنظر،
- تكتب على ورق ابيض او رمادي فاتح يسهل قراءة معلوماتها
- تفادي استخدام نصف الصفحة أي اجعل الصفحة دائماً مملوءة
- تجنب السيرة الطويلة (الأفضل ان تكون من صفتين)
- اترك فواصل بين الفقرات والعناوين
- تجنب الزخرفة والاكثر من الألوان
- لا تستخدم الماسح في التصحيح بل اعد الطباعة
- العناوين الرئيسة تكون بارزة
- تجنب استخدام اختصارات اسماء المؤسسات

توجيهات:

- استبعاد اية معلومات ليست ذات علاقة/صلة بالامر
- الابتعاد عن الاسهاب المطول -
- تجنب العبارات البراقة، الاناقة البلاغية، والحرص على اختيار كلمات توحى بالفعل / الإجراء والحسم
- تدقيق اللغة من حيث القواعد والاملاء...
- تذكر صاحب العمل/القارئ
- ابراز الجوانب والأمور الرئيسة التي يبحث عنها صاحب العمل
- رقم الصفحة في الأعلى
- لا تستخدم اكثر من حجمين من الحروف
- وازن بين الخط الداكن والفاتح
- تجنب الخطوط تحت الكلمات
- احرص على خلو السيرة من الأخطاء
- استخدم عبارات قوية ومؤثرة
- جملاً قصيرة و تنقيطاً واضحاً .
- اكتب على وجه واحد

مقابلة التوظيف :

المقابلة مرحلة حاسمة في التوظيف

هي الامتحان الذي الذي يتقرر فيه اختيار المتقدم ام غيره

وفي استطلاع مع أصحاب الأعمال الذين أجروا مقابلات التوظيف أشار هؤلاء إلى الصفات الآتية مرتبة حسب أهميتها:

- (١) المظهر
- (٢) طريقة اللباس
- (٣) الشخصية
- (٤) الكلام، الصوت
- (٥) الاخلاق
- (٦) المهارات

أنواع مقابلات التوظيف:

نوع المقابلة	الوصف	نصائح مفيدة
مقابلة هاتفية أو بواسطة البريد الإلكتروني	تستخدم عادة بمثابة خطوة أولية لتصفية المتقدمين	* تحدث ببطء ووضوح. * تصور أنك تجري مقابلة وجها لوجه، توقع الاسئلة التي توجه إليك، وضع امامك رسالة التوظيف وبيان السيرة الذاتية
واحد - لواحد	سيكون حديث شخص - لشخص	* صافح من يقابلك بحرارة * حافظ على التقاء العينين * أظهر حماسك للمنظمة والعمل * كن ايجابيا اتجاه المنظمات السابقة
جماعية	عدد من يقابلون المتقدم للوظيفة	* نفس ما جاء في المقابلة السابقة * ابدأ بالتقاء العينين مع الشخص الذي يسألك، ثم حرك عينيك لتلتقي مع كل شخص في الغرفة.

نوع المقابلة	الوصف	نصائح مفيدة
تقليدية	قد تتضمن الاسئلة: حدثنا عن نفسك ؟ ماهي اهم مواطن قوتك وضعفك؟ اين ترى نفسك بعد (٥) سنوات؟ كيف يمكن ان يصفك أفضل اصدقائك؟؟	راجع قوائم اسئلة المقابلات بشكل عام، وتمرن مع صديق أو مرشد مهني (انظر قائمة الاسئلة لاحقا)
سلوكية	* استقراء السلوك المستقبلي للفرد قد يكون السؤال بشأن أمثلة محددة من خبرات وتجارب سابقة في العمل، ... الخ	• ضع قائمة بأمثلة عن سلوكك • كن مستعدا لإعطاء أمثلة على حالات او مواقف كانت النتائج غير ما خططت له
التوتر	في هذه المقابلة يكون الشخص الذي يجري المقابلة، غير ودي، عدوانيا ومتحديا ليرى كيف يكون رد فعلك	• لا تكن دفاعيا، حافظ على هدوئك وأجب عن الاسئلة مهنيا

الاستعداد للمقابلة :

- ادرس وتعرف جيدا على المنظمة/ صاحب العمل ومجال عمله
- راجع مؤهلاتك وخبراتك
- توقع الاسئلة وأعد الاجابات عنها
- تمرن على الاسئلة والاجابات
- أعد الاسئلة التي يمكن ان توجهها لصاحب العمل إذا اتاحت الفرصة
- اعرف جيدا الى اين انت ذاهب
- ماذا يجب ان تحضر معك
- المظهر اللائق

أثناء المقابلة:

- المقابلة الناجحة تبدأ دائما بالحضور في الوقت المحدد
- صافح بحرارة وأنت تبسم وتلتقي عيناك بعيني محاورك، ثم تابع مصافحة باقي الاشخاص
- لا تجلس الا بعد ان يأذن لك بالجلوس.
- واجلس منتصبا دونما وضع رجل على رجل وذراعيك متقاطعتين.
- استرخ، وتحلى بالهدوء والثقة بالنفس، وتحدث بصوت واضح
- واحرص أن تضبط تعابير وجهك وحركات جسمك.
- حاول أن توجه من يقابلك إلى الأسئلة التي تظهر مؤهلاتك وقدراتك.
- امتنع عن توجيه أي إنتقادات للمنظمات التي عملت لديها سابقا
- تذكر أن تطرح الأسئلة التي كنت قد اعدتها عن المنظمة
- استخدم لغة لطيفة، رقيقة، ودية، ومهذبة
- في ختام المقابلة، اشكر من قابلك على استقبالك ومناقشة فرص العمل لديه، وقم بمصافحته

بعد المقابلة :

اكتب رسالة شكر لكل من شارك في مقابلتك خلال ٢٤ ساعة ل:

- تعبر عن تقديرك وشكرك للضيافة والتكريم الذي حظيت به.
- أن تعبر عن شعورك الإيجابي بشأن الوظيفة والمنظمة
- تقديم الوثائق والمعلومات الاضافية التي طلبت منك
- تؤكد على استمرار اهتمامك وحماسك للوظيفة.
- أن تعيد تسليط الضوء على أهم مواطن قوتك التي تؤهلك للوظيفة

رسالة قبول عرض عمل:

وهي رسالة قصيرة تكتب بالأسلوب المباشر، وقد تتضمن:

- عبر عن شكرك وتقديرك لصاحب العمل على العرض.
- أكد على تفاصيل هذا العرض كما وردت فيه، بما في ذلك نوع العمل، والراتب، والمزايا، وتاريخ بدء العمل..
- تستطيع أن تضيف تعليقا إيجابيا عن المنظمة والمقابلة.
- اختتم رسالتك بأنك سوف تبذل كل جهد مستطاع لأداء العمل بأفضل صورة ممكنة.

رسالة رفض عرض وظيفة:

- ابدأ بالتعبير عن تقديرك وشكرك لصاحب العمل على العرض
- امدح من قابلك على هذا العرض
- اشرح ووضح الأساليب والمبررات التي تدعوك للرفض
- قدم مبررات وأسباب تقنع صاحب العمل.
- اعتذر عن قبول الوظيفة بلهجة ايجابية لينة.
- اختتم الرسالة بعبارة مهذبة، ولطيفة ثم كرر تقديرك للعرض مع التطلع في المستقبل لفرصة اخرى

عينة أسئلة مقابلات التوظيف :

- ما الذي يمكنك أن تقدمه (تسهم به) لنا (لمنظمتنا)؟
- هل انت على استعداد للانتقال إلى مكان آخر؟ للسفر؟
- لماذا تعتقد بأنك ترغب العمل لدينا؟
- ما الذي تعرفه عن منظمتنا؟
- هل تفضل العمل مع الآخرين أم منفرداً؟
- كيف ساعد اداؤك في غرفة الصف في إعدادك لهذه الوظيفة؟
- ماهي المواد التي كانت مفضلة لديك. الأقل تفضيلاً؟ لماذا؟
- لماذا اخترت تخصصك بالتحديد؟
- ماهي المؤهلات لديك التي تعتقد انها تجعلك تشعر بأنك ستكون ناجحاً في مجالك؟
- ماهي السمات الشخصية اللازمة لتنجح في المجال الذي اخترته؟
- لماذا تعتقد أنك تحب هذا النوع من العمل؟
- ما الذي يثير اهتمامك في منتجاتنا/خدماتنا؟
- ماذا سيكون بعد ١٠ سنوات؟ بعد ٢٠ سنة؟
- ماهي اهدافك بالنسبة لدخلك في تلك السنوات؟
- لماذا يجب أن أقيمك أفضل من الآخرين الذين ساقبلهم؟
- ماهي معلوماتك عن الراتب؟
- كيف تشعر حول قيامك بعمل اضافي، العمل ليلاً، العمل في نهاية الأسبوع؟
- ما نسبة العائدات التي حققتها تكاليف الدراسة؟ كيف حققت هذه العائدات؟
- ماهو نوع العمل الأكثر اهتماماً به
- كيف تقضي أوقات فراغك، ماهي هواياتك؟
- هل سجلك الدراسي مقياس جيد لما سيكون عليه اداؤك في عملك؟
- هل انجزت أفضل ماكنت قادراً على انجازه اثناء الدراسة؟
- ماهي النشاطات الجامعية التي شاركت فيها؟ لماذا؟ ماهي تلك التي استمتعت بها كثيراً؟

نهاية المحاضرة العاشرة ..

المحاضرة الحادية عشر .. المذكرات الداخلية

١ - المذكرات الداخلية:

تعتبر المذكرات:

- أحد أنواع الاتصال الكتابي الأكثر انتشارا في المنظمة
- يتم تبادلها بين العاملين في نفس المنظمة
- تسمى أحيانا مراسلات داخلية، مذكرات مكتب
- تستخدم أكثر كلما توسعت المنظمات وتزايد حجمها
- تظهر أهميتها أكثر مع تزايد المشكلات التنظيمية والإدارية
- تحقق الارتباط والتنسيق بين الوحدات والأقسام والنشاطات المختلفة

خصائص المذكرات:

تتدفق المذكرات بصورة دائمة في جميع الاتجاهات:

من الأعلى للأسفل أو من الرئيس إلى المرؤوسين، _ ومن الأسفل إلى الأعلى، _ أفقيا في نفس الوحدة أو بين وحدات مختلفة

المذكرات تخدم أغراضا شتى:

- توصيل معلومات واستفسارات
- شرح السياسات والإجراءات والقرارات والتعليمات،
- تقديم النصح والمشورة والتوضيح والتوجيه، والدافعية والتدريب والمشورة،
- الإبلاغ عن مشكلات العمل والصراعات وغيرها.
- إطلاع العاملين على أي تغييرات في السياسات والإجراءات وتفاصيل العمليات الداخلية في مختلف النشاطات والوظائف من إنتاج وتسويق

مزايا المذكرات الداخلية:

- ١ - تمثل المذكرات وثائق ومستندات دائمة
- ٢ - تشكل برهان أو إثباتا يمكنه المحافظة على مصالح وحقوق الشركة ويوضح التزاماتها
- ٣ - أفضل طريقة لعرض معلومات معقدة مدعومة بالأرقام والرسوم
- ٤ - تلائم وتريح المستقبل أكثر من الاتصالات الشفهية
- ٥ - أقل تكلفة من الاتصال الهاتفي أو المباشر وجها لوجه
- ٦ - تتيح للمرسل والمستقبل وقتا أطول لكتابة المذكرة وفهمها

تصميم / تنسيق المذكرة الداخلية:

معظم المنظمات الكبيرة تقوم بطباعة قرطاسية لاستخدامها مذكرات داخلية، وتوزع في الغالب على المديرين ورؤساء الأقسام الذين يكتبون مذكرات داخلية بشكل متكرر. في كل مرة يريد شخص أن يرسل رسالة مكتوبة داخلية ينزع ورقة من الرزمة ويكتب / يطبع عليها الرسالة الداخلية.

التصميم الشائع للمذكرات هو:

- الترويسة - عبارة مذكرة داخلية -
- ٢ - عبارة "إلى" : تأتي بعد الترويسة، تطبع على يمين الصفحة.
- ٣ - عبارة "من" تلي "إلى" مباشرة وتطبع على يمين الصفحة.
- ٤ - التاريخ: يطبع مباشرة.

٥ - الموضوع: يطبع مباشرة تحت "التاريخ".

أسلوب كتابة المذكرات الداخلية:

يتفاوت أسلوب المذكرات الداخلية من مذكرة إلى أخرى ويتوقف على:

- طبيعة الرسالة،
- ظروف كتابة الرسالة،
- مركز ومكانة المستقبل وشخصيته،
- العلاقة بين المرسل والمستقبل،
- التوجيهات والتعليمات الصادرة من الإدارة العليا والموجهة إلى جميع العاملين غالبا ما تكتب بلغة رسمية وغير شخصية.
- المذكرات التي يتبادلها الزملاء تكتب بأسلوب المحادثة، ولغة شخصية.
- المذكرات من المرؤوسين إلى رؤسائهم تكون أكثر حذرا

المذكرات الداخلية والرسائل:

هناك بعض الاختلافات بين الرسائل والمذكرات :

- ١- إن معظم المذكرات تكتب بصورة مباشرة.
- ٢- إن كاتب المذكرة ليس مضطرا إلى الشعور بالقلق والحيرة أو استخدام "اتجاه- أنت".
- ٣- **الأجزاء الثلاثة:** التحية الافتتاحية، والتحية الختامية، والتوقيع، نستغني عنها في المذكرات، إذ أنه يفترض أن تسود علاقات المودة والصدقة بين العاملين.

٤- إن المذكرة تكون قصيرة قدر الامكان وتتناول موضوعا محددا.

٢- التقارير: التقرير يكتب في حالات عديدة: في الدراسة، أو في العمل

"التقرير هو عرض حقائق ومعلومات بصورة منظمة وموضوعية من أجل غرض / هدف معين يتعلق بالعمل".

- ١- يعتمد التقرير بصفة رئيسة على الحقائق.
- ٢- يتم عرض الحقائق بتسلسل منطقي وطريقة منظمة.
- ٣- يجري عرض وتحليل الحقائق بصورة موضوعية، مجردة، وحيادية.
- ٤- التقرير هو وسيلة وليس غاية. فالوظيفة النهائية للتقرير هي توفير أساس سليم شامل من الحقائق والتحليل، يعتمد عليه صاحب **القرار /** من طلب التقرير في التوصل إلى قرارات وحلول وإجراءات ناجحة وسليمة.

أنواع التقارير:

- ١- تقارير الانتاج / تقارير الموارد البشرية / تقارير التسويق / تقارير التمويل. ٢- تقارير رسمية / وغير رسمية.
- ٣- تقارير يومية / أسبوعية / شهرية / أولية / نهائية. ٤- تقارير روتينية / خاصة / عاجلة. ٥- تقارير عادية / سرية.
- ٦- تقارير وصفية / إحصائية / تحليلية. ٧- تقارير داخلية.

استخدامات وأغراض التقارير:

- اطلاع المسؤولين على سير العمل والانجاز في المنظمة.
- تقييم مستويات أداء الأفراد والجماعات والادارات والنشاطات المختلفة.
- عرض نتائج دراسة / بحث موضوع معين أو مشكلة معينة تتعلق بالمنظمة
- عرض مقترحات / توصيات / مشورة للمساعدة في التوصل إلى قرارات.
- تغيير اتجاهات وميول وسلوك الآخرين من خلال إقناعهم بتبني / تطبيق ممارسات معينة في العمل.
- توفير المعلومات والبيانات اللازمة عن الأوضاع الحالية والمستقبلية للمساعدة في إعداد الاستراتيجيات والخطط والسياسات.

- تقديم الاقتراحات والتوصيات والمشورة الهادفة إلى مواكبة التطورات العلمية.
- تحقيق درجة عالية من التعاون والتنسيق والتكامل فيما بين الوحدات.

متطلبات التقرير الجيد:

- لا بد أن يكون التقرير أداة ووسيلة توفر عوناً ومساعدة هامة للإدارة
- أن يكون التقرير موحداً، أي أن يتناول موضوعاً واحداً فقط.
- الشمولية: أن يكون التقرير كاملاً يتناول الموضوع من مختلف جوانبه.
- أن يكون التقرير صحيحاً.
- أن يكون التحليل سليماً ومنطقياً
- أن يتم عرض الموضوع في التقرير وفق خطة مدروسة تعتمد التحليل المنطقي وتصنيف وتبويب المعلومات بشكل سليم
- الوضوح والإيجاز، ولا سيما التوصيات والاقتراحات وتعزيزها بالبراهين
- استخدام لغة سهلة، بسيطة ودقيقة، والابتعاد عن المصطلحات المعقدة الغامضة أو المطولة.

عملية كتابة التقارير: ١. التخطيط

٢. جمع المعلومات
 ٣. تنظيم المعلومات ووضع المخطط النهائي للتقرير
 ٤. كتابة مسودة التقرير
 ٥. المراجعة والتعديل
 ٦. التدقيق والتحرير
 ٧. إخراج التقرير
- تحديد الهدف/ الغرض من التقرير
 - تحديد من هو / هم الذين سيرسل إليهم التقرير
 - تحديد أبعاد / جوانب المشكلة ، متطلبات ومحددات الدراسة
 - تحديد مصادر وأساليب جمع المعلومات
 - وضع جدولاً زمنياً لأعداد وكتابة التقرير

تبويب وتحليل المعلومات:

- هل النتائج التي توصلت إليها الدراسة معقولة ومنطقية؟
- هل المعلومات والبيانات التي حصلت عليها موثوقة وتمثل مشكلة الدراسة.
- هل بالغت في تبسيط مشكلة البحث؟ وهل أغفلت بعض الجوانب الهامة.
- هل من الضروري أن تجري اختبارات إحصائية معينة؟
- هل قمت بدراسة الموضوع بشكل متعمق؟
- هل قمت بالإجابة عن سؤال البحث التي تضمنتها خطة البحث؟
- هل قمت بنقل الحقائق كما هي؟
- هل التحليل والتفسير موضوعي؟

هيكلية التقرير:

الأجزاء الأولية/ التمهيدية	المتن/ جسم التقرير	الأجزاء المكملية
• صفحة العنوان: *	• المقدمة	• التكميلية
• رسالة التفويض	• جسم التقرير	• الهوامش
• رسالة تسليم التقرير	• الخلاصة	• الملاحق
• قائمة المحتويات.		• قائمة المراجع/ المصادر
• قائمة الجداول.		• الفهرس
• قائمة الأشكال والرسوم البيانية		
• الملخص		

نهاية المحاضرة الحادية عشر..

المحاضرة الثانية عشر والثالثة عشر ..

الاتصالات الشفهية الفعالة

(الاتصال غير اللفظي / لغة الجسد)

مفهوم الاتصال غير اللفظي:

يتمثل الاتصال غير اللفظي في أية رسالة ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمة المنطوقة او المكتوبة، وتتضمن عوامل أخرى مثل : المظهر، المسافة، المواقع، المكان...

يسمح الاتصال غير اللفظي ب:

- نعرف متى ننهي المحادثة
- نعرف ما إذا كان الشخص الآخر قد وصله المعنى الذي نتكلم عنه أم لا
- نحدد مستوى الموافقة التي حصلنا عليها
- نلاحظ الدرجة التي لمسنا بها الدافع الحقيقي للشخص الذي نتحدث إليه.
- نعرف اللحظة التي حققنا فيها الاتصال، والبداية الحقيقية لعلاقتنا.
- تحديد الوقت الذي نجحنا فيه في تحقيق التقارب مع شخص ما.
- نعرف التغيير الذي حدث في طريقة تفكير شخص ما
- معرفة نوعية النظام التعبيري الأنسب لكي نوصل فكرة معينة إلى الآخرين.
- نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الآخر الذي نتعامل معه.

خصائص الاتصال غير اللفظي:

- الاتصال اللفظي يلعب دورا كبيرا في تحقيق الاهداف الاتصالية
- عدم الانسجام بين اللفظي وغير اللفظي يؤدي الى تناقض المعاني
- ترجمة الاتصال غير اللفظي احيانا ليست سهلة لاختلاف الثقافات
- لغة الجسم يهتم بها علم يسمى ب Kinesics
- الاتصال غير اللفظي قديم قدم الانسان، الاهتمام به في الكتابات بدأ من النصف الثاني للقرن السابق
- اللغة العالمية رقم ١ هي لغة الجسم
- النساء اكثر ادراك لمعاني لغة الجسم من الرجال

فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي:

- | | |
|----------------------|------------------------|
| مستوى ونغمة الصوت. | تعبيرات الوجه |
| الإيماءات والإشارات. | حركات الأيدي والأصابع |
| وضعية وحركات الجسم | الدلالات الرمزية للوقت |
| المسافات | الاتصال باللمس |
| المظهر | الاتصال البصري |
| الابتسامة والضحك | حركات الرجلين |
| التنهيدات والتأوهات | |



في حالة الشغف والأثارة تجد ان حدقة العين مفتوحة



استعمال وسيلة الايضاح تشد انتباه الطرف الآخر او استعمال القلم والاشارة به اثناء الشرح القلم لتشير به على الكلام المكتوب ثم ترفعه بين عينيك وعينه مع ابراز كف اليد الأخرى بذلك تحظى بتركيزه كلياً



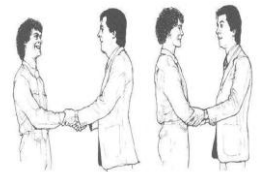
الحك بالأصبع تحت العين يستخدمها الشخص المتحدث بالكذب حتى لا ينظر في عين الشخص الذي أمامه



بسط اليد بهذه الطريقة يدل على أن المتكلم يتكلم بوضوح وصدق وبأمانة



عندما تقابل شخص وتسلم عليه وكفك إلي أسفل يدل ذلك أنك أنت المسيطر علي الأحداث القادمة.



المصافحة المزدوجة بكلتا اليدين الهدف منها

هو الإعلان عن ما في داخل الإنسان من حب وصدق و تقرب و طمأنينة.

وفي ذلك عاملين أساسيين الأول:

أستخدم المصافح لليد اليسري للتعبير عن شعوره وحسب عمق هذا الشعور يكون مكان وضع اليد اليسرى .

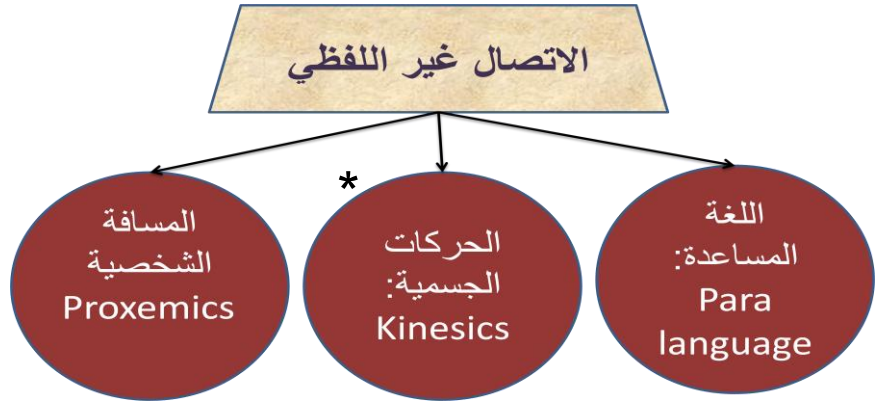
الامساك بالكوع اعماق في التعبير من الامساك بالمعصم ، والامساك بالكتف أعماق من الامساك بالساعد.

التقرب من منطقة الطرف الآخر له معنى آخر.



عند وضع الأصابع في الفم يدل ذلك على أن هذا الشخص تحت ضغط نفسي كبير ويحتاج الى المساندة فهو بهذا التصرف يرجع لحالة الطفولة ويضع أبهامه في فمه كالطفل الذي يحتاج أن يشعر بوجود أمه بجواره

أنواع / أشكال الاتصالات غير اللفظية:



لغة الوجه:

- **الوجه عبارة عن نظام متكامل يتفاعل فيه:** الجبهة، الحاجبين، العينين، الأنف، الأذنين، الشفتين، الذقن، وتوجد بينهما تفاعلات. يعبر الوجه عن **سبعة انفعالات** هي: السرور، الحزن، الغضب، الخوف، الدهشة، الاشمئزاز.

من لغة الوجه :

- تعبيرات الوجه والجبهة والحاجبين
- الاتصال البصري ، التعبير بالأنف ،
- حركة الشفاه والفم
- التقبيل ، الابتسامة ، الضحك.

لغة الصوت : الصوت هو عبارة عن ذبذبات مسموعة يطلقها الإنسان والكائنات الحية الأخرى، وحتى الأشياء تحدث أصواتا عندما

تكون في حالة حركة ... **والصوت ينقل حالات:**

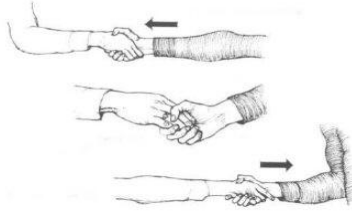
- الغضب _ الإحباط _ التوتر _ الحزن
- عدم الرغبة في الحديث مع الآخرين
- **عدم الاستعداد للإنصات للآخرين**

لغة اليدين : نستخدم اليدين لأغراض اتصالية كثيرة:

- للمساعدة على الكلام
- اكمال المعاني
- الإشارة الى الاتجاهات
- تعبير موقف: سلام، رضا، رفض
- المصافحة والتحية
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر اضافية
- تحريك اليد على الرأس: تخفيف حدة ما يعانيه الشخص من توتر
- وضع اليدين متقاطعين على الصدر يدل على الوضع الدفاعي
- تغطية الوجه تعبيراً على الخوف
- وضع اليد على الخصر او في الجيب عند الحديث يعبر عن الغرور والتكبر

لغة اللمس:

لغة اللمس تبدأ قبل ولادة الانسان أي لما يكون جنينا في بطن امه



الملامسة لها دلالات رمزية عند الشعوب

عند اللمس يستقبل الانسان المشاعر

اللمس جزء من مهام العلاج الطبيعي والتمريض

اللمس يسمح لنا بتلقي المعلومات الأولية المتعلقة بالعالم المحيط بنا

اللمس يكون من مختلف مناطق الجسم

اللمس والمشاعر:

مثلا: الشخص العدواني يصافح ويده وذراعه متخشبة والهدف هو أبقاء مسافة كافية تجعله خارج نطاق الشخص الآخر.
مصافحة شخص والأمساك بأصابعه يعاني من صغر النفس و الهدف من السلام بهذه الطريقة هو ترك مسافة كافية للأطمئنان .
و عندما يجذب الشخص المصافح الذي نيفافحه الى نطاقه فهذا يدل على أنه يطمئن له

مفردات رديئة في لغة الجسد:

العينان التي تتجنبان النظر للمتحدث

مصافحة الأخرين بكف لينة النقر بالأصابع

الحركات العصبية العب بالخاتم في الإصبع

الجلسة المسترخية اللعب بالقلم او فتحة

الجلسة المتكاسلة اللعب بالمفاتيح

الوقف السلبي اللعب بالنقود المعدنية

عض الشفاه طقطقة مفاصل اليد

قضم الأضافر الاستخدام المستمر لبعض الأصوات مثل النحنحة والهمهمة

تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي:

- احرص على استمرار التقاء العينين مع من تتحدث إليه أو تصغي إليه، وواصل تحريك العينين.

- هز رأسك من حين لآخر لإعطاء الموافقة.

- ابتسم وحافظ على حيويتك وتأهبك.

- الميل إلى الأمام نحو المتحدث.

لكن تجنب الآتي:

- النظر بعيدا، أو تحريك العينين بعيدا عن المتحدث.

- إغماض العينين.

- استخدام نبرة صوت غير سارة.

- التثاؤب باستمرار.

نهاية المحاضرة الثانية عشر والثالثة عشر ..

المحاضرة الرابعة عشر..

الاتصالات الشفهية الفعالة:

الاتصالات الهاتفية والقاء الخطاب

مقدمة:

- يعتبر إلقاء خطاب أمام عدد كبير من الناس
- من أكثر أنواع الاتصال الشفهي صعوبة،
- وأقلها انتشاراً،
- معظمنا يتخوف من القاء خطاب عام،
- لا نشعر بالارتياح للتحدث أمام الآخرين،
- مثل هذا التردد والتخوف يمكن التغلب عليهما،
- تحسين مهارتنا الخطابية بواسطة تعلم وتطبيق نهج منظم في عملية الخطابات العامة.

تعريف:

هو الموقف الذي يتحدث فيه الشخص مع مجموعة من الأفراد:
في مؤتمر عام أو في ورشة، أو.... في مناسبات اجتماعية مختلفة، أو في محاضرة أو درس أو خطبة أو....
في خطاب سياسي، في كلمات مجاملة
تتكلم أمام أناس: تعرفهم أو لا تعرفهم، أقل منك في الدرجة العلمية أو أعلى من نفس جنسك أو يختلفون...
المهم في ذلك أن الحضور سيكون هو من يقيّمك في نهاية الأمر

اسباب رفض الحديث امام الجمهور:

سوف أصبح أضحوكة	أرتجف ولا أستطيع الكلام
لم أحضر لهذا الموضوع	سوف أنسى ما أريد ان أقول
أنا خجول ولا أستطيع الكلام	ضاعت مني الورقة
لدي لهجة غريبة ولا يمكنني التحدث أمام الناس	أخاف من تقييم الناس لي
الجمهور مثقف ولا يمكنني الوقوف متحدثاً أمامهم	أخاف أن فشل



التخطيط والإعداد:

- اختيار الموضوع
- حدد الغرض / الهدف من الخطاب / العرض
- تحليل جمهور المستمعين
- البحث حول الموضوع

تنظيم الخطاب / العرض :

قرر طريقة العرض / التقديم:

- الارتجال
- الاستظهار
- القراءة

الاستعانة بالوسائل المرئية: أثناء التمرين / التدريب اسأل نفسك ما يأتي:

- هل يستطيع الناس سماع ما أقول؟ (جهازة الصوت).
- هل أقوم بتعديل / تغيير مستوى صوتي وأنا أتحدث؟ (نغمة / طبقة الصوت).
- هل أنطق / أقول الكلمات بشكل صحيح؟ (طريقة التلفظ).
- هل يستطيع المستمعون فهم كلماتي؟ (النطق)
- هل استخدم القواعد الصحيحة؟
- هل استعمل عادات خطابية مزعجة؟

اخطاء الالتقاء:

عدم وضوح الهدف	السكون
الاسهاب	غياب المشوقات
الموضوع غير مناسب	الزى المفرز
انعدام التنظيم	اغماض العينين أو تسكينهم
الفتور فى الالتقاء	

إرشادات إلقاء الخطاب:

- أظهر الصدق فيما تقول والحماس واحتفظ بحيويتك.
- كن واثقا بنفسك، كما تثق في جمهور المستمعين.
- نظم الخطاب بما يقود أفكار المستمعين بشكل منطقي نحو الخاتمة.
- ركز أفكارك على الرسالة والاستجابة التي ترغب ها بدلا من التركيز على نفسك.
- استخدم لغة تتناسب وتتوافق مع الجمهور المستمع.
- تحدث بشكل صحيح، وواضح ولس مستخدما الأصول والمعايير القواعدية والترقيم

- أعرض فكرة واحدة في الوقت الواحد أحصل على تغذية راجعة بشأن كل فكرة.
- استخدم لغة الجسم لتحقيق أفضل المنافع.
- كن هادئاً وطبيعياً.
- نوع في نبرات / طبقات الصوت، وسرعة الإلقاء، وبدل في جهازة صوتكز
- انظر إلى المستمعين (التقاء العينين) وتحدث مباشرة إليهم.
- التزم الثبات، وتجنب المغالاة في الحركة ومؤشرات العصبية.
- أعرض الوسائل المرئية باعتبارها جزءاً من الخطاب.
- حافظ على مزاجك وهذوئك، حتى لو واجهت أسئلة أو ملاحظات عدائية.
- حافظ على وقفة/ جلسة مناسبة.
- حلل ردود أفعال المستمعين أثناء الخطاب
- استمتع: تقديم الأفكار للآخرين يمكن أن يكون متعة وتجربة دينام

كسر الحاجز النفسي :



الاتصالات الهاتفية:

- إن استعمال الهاتف وإتقان فنون الاتصال الهاتفي أصبحت ضرورية لرجال الأعمال **لسببين رئيسيين وهما:**
- الوقت الذي يهدر ويضيع في المكالمات الهاتفية هو غال جداً،
 - أن الهاتف يمكن أن يحمل، ويوصل انطبعا بصورة ذهنية سلبية عن المنظمة.

مشكلات الهاتف:

- محاولة الحصول على خط.
- إبقاؤك / تركك على الخط.
- الشخص الذي تريده غير موجود.
- تحويلك من شخص لآخر أو من دائرة لأخرى
- الرقم خطأ أو الرقم مشغول.
- الشخص الذي طلبك لديه وقت للدردشة بينما أنت مشغول
- فقدان بعض الكلمات
- سماع خاطئ للكلمات
- عدم فهم الرسالة، فهم الرسالة بصورة خاطئة.

نوعية سارة من الصوت / الفاظ منتقاة:

- تحدث وكأنك تحدث الشخص الآخر وجها لوجه.
- أظهر الدفء، المودة والسرور، اجعل صوتك مبهتسا.
- اصقل نبرة ولهجة طبيعية من خلال الابتسامة والإيماءة.
- بين أنك متأهب ويقتظ ومهتم.
- اجعل صوتك معتدلا وعاديا وتجنب التحدث بصوت خافت جدا، أو بصوت عال جدا.
- غير/ عدل في طبقات الصوت بشكل جيد.
- اللفظ الكلمة جيدا.
- انطق الكلمات بصورة واضحة تماما. لا تتمتم: اجعل كلماتك وعبارتك واضحة تماما.
- اجعل سرعة التحدث مناسبة جدا، وتجنب الكلام بسرعة.
- استخدم الكلمات والعبارات المناسبة، وتجنب الكلمات والعبارات العامة، والفنية المعقدة.

تطوير فنون اللباقة والكياسة:

- حينما تتصل هاتفيا، عرف عن نفسك وحدد الشخص المطلوب و اشرح هدفك
- حينما تستقبل مكالمة هاتفية، عرف عن منظمتك، ومن ثم أعرض المساعدة.
- اعتبر كل مكالمة هاتفية مكالمة هامة و أجب فورا.
- أظهر الاهتمام واللباقة: كن ودودا، مبهتجا، وتحترم الشخص المتحدث
- أكمل المكالمة فورا ومن غير اللائق أن تبقي المتحدث ينتظر على الهاتف.
- إنه/ اختتم المكالمة بإيجابية وبشكل مناسب: "أشكرك على مكالمتك" " أرجو الاتصال مرة أخرى إن احتجت لمعلومات إضافية عن منتجاتنا/ خدماتنا".
- إذا وجدت من الضروري إبقاء المتحدث المتحدث ينتظر على الهاتف لبعض الوقت، اسأله ذلك إن كان لا يمانع
- دع الشخص الذي طلبك هاتفيا أن يغلق الهاتف أولا.

إجراء مكالمة هاتفية:

- حدد الغرض من المكالمة الهاتفية بشكل واضح.
- دون مسبقا الملاحظات حول الحقائق، والنقاط والسئلة الرئيسة التي تود الاستيضاح عنها
- ضع الملاحظات باتباع منطقي سليم
- جهز وأعد أي ملفات ومراسلات وعقود...الخ يمكن أن تحتاجها أثناء الحديث الهاتفي.
- كن واعيا للتكاليف – لا تضيع وقتك ووقت المستقبل.
- اختر الوقت المناسب والأقل تكلفة لإجراء مكالمتك الهاتفية.
- ليكن لديك رقم الهاتف، واسم ووظيفة الشخص الذي ترغب التحدث معه.
- جهز ملاحظاتك، وليكن بجانبك دفتر ملاحظاتك لتدوين الضروري منها أثناء المكالمة.
- تذكر النقاط الآتية أثناء إجراء المكالمة.
- تأكد أنك قد طلبت الرقم الصحيح، أو أعط الرقم الصحيح لعامل المقسم / السكرتيرة.

استقبال مكالمة هاتفية:

احتفظ دائما بدفتر ملاحظات وقلم بجانب الهاتف و بدليل هواتف داخلي بجانب الهاتف.
إن كنت تعمل في مكان مفتوح، اطلب من الآخرين التزام الهدوء.
عرف عن نفسك ووظيفتك ودائرتك ورحب بالمتحدث.
أصغ جيدا ودقق أي حقائق وأرقام والإملاء حيثما كان ضروريا
سجل الملاحظات.
استخدم من العبارات ما يؤكد للمتحدث أنك على الخط، مثل "نعم" "صحيح"...
لاتسمح لنفسك بالشروط.

كن واعيا للتكاليف – لا تترك المتحدث معلقا ينتظر لوقت طويل.
دائما دقق الأرقام، الأفكار، والتواريخ وأكد على أي إجراء تم الاتفاق عليه
وبعد الانتهاء من المكالمات من الضروري أن تراجع وتسجل وتتخذ أي إجراء ضروري.
تسجيل المكالمات الهاتفية:

- اسم الشخص الذي وجهت إليه الرسالة.
- تاريخ المكالمة ووقتها بمنتهى الدقة.
- اسم الشخص / الجهة المرسل (التي اتصلت هاتفيا).
- اسم الشركة، المنظمة او الجماعة التي ينتسب إليها المرسل.
- رقم هاتف الشخص المرسل ورقمه الفرعي.
- طلب المرسل الاتصال معه.
- الرسالة التي أبلغها المرسل.
- اسم (الأحرف الأولى من إسم) الشخص الذي استلم الرسالة

نهاية المحاضرة الرابعة عشر ..

إن أصبت فمن الله وإن آخطأت فمن نفسي والشيطان

لأطلب منكم سوى الدعاء لي ولوآلدي

بالتوفيق